



Nombre de alumno: Sebastian Urbina Sanchez.

Nombre del profesor: Sissy Alexandra Yáñez Pinto

Nombre del trabajo: mapa conceptual

Materia: Acción promocional

Grado: 6to

Grupo: B

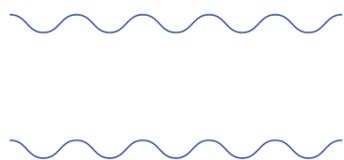


EJEMPLO:

Una empresa de ropa envía un folleto personalizado por correo postal a sus clientes frecuentes, ofreciéndoles un descuento exclusivo en su nueva colección. El folleto incluye un código QR para que los clientes puedan acceder a la tienda online y aplicar el descuento de inmediato.

¿QUE ES?

Es una estrategia de comunicación de marketing que busca establecer una comunicación directa y personalizada con un público objetivo específico para obtener una respuesta medible. Se enfoca en generar una acción inmediata por parte del consumidor, como una compra, una suscripción o una solicitud de información.



TELEMARKETING

El telemarketing es la comercialización directa de bienes o servicios a clientes potenciales a través del teléfono. Puede ser realizado por teleoperadores humanos o, cada vez más, por sistemas automatizados.

EJEMPLO

Una compañía de seguros llama a una lista de contactos que mostraron interés en sus productos a través de un formulario web, para ofrecerles un plan de seguro de hogar personalizado y agendar una cita con un agente.

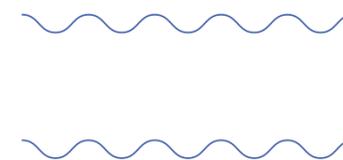
BASES DE DATOS DE CLIENTES
Una tienda de libros tiene una lista de clientes segmentada por sus géneros literarios preferidos

OFERTA O MENSAJE PERSONALIZADO
Envían un correo electrónico a los amantes de la ciencia ficción informándoles sobre la llegada de los últimos bestsellers de ese género.

LLAMADA A LA ACCIÓN
El correo incluye un botón que dice "Explora los nuevos títulos de ciencia ficción".

ELEMENTOS BASICOS

Aunque el término "merchandising" a menudo se relaciona con la exhibición de productos en puntos de venta, cuando se combina con "directo", se refiere a la estrategia de marketing que busca una interacción y respuesta individualizada. Los elementos básicos para una campaña de merchandising directo exitosa incluyen:



MAILING

Es una estrategia de marketing digital que utiliza el correo electrónico como medio principal para comunicarse con una lista de suscriptores o clientes. No se trata solo de enviar correos masivos, sino de aportar valor, generar engagement y alcanzar objetivos específicos.

CANAL DE COMUNICACIÓN
Email marketing.

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO
La tienda rastrea cuántos clientes abrieron el correo, hicieron clic en el enlace y realizaron una compra.

EJEMPLO

Una empresa de software envía un correo electrónico semanal (newsletter) a sus suscriptores con tutoriales sobre cómo usar nuevas funciones de su programa, enlaces a artículos de su blog sobre productividad y anuncios de webinars gratuitos. El correo tiene un diseño atractivo y está personalizado con el nombre del suscriptor.