

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

**NOMBRE DE LA ALUMNA: YORLENI GPE
RAMÍREZ CAMACHO**

**NOMBRE DE LA MAESTRA :
SISSY ALEXANDRA YAÑEZ PINTO**

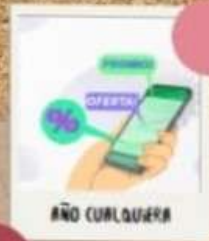
**NOMBRE DE LA MATERIA:
ACCION PROMOCIONAL**

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:
SUPER NOTA**

GRADO: "6"

GRUPO: "B"

ACCIÓN PROMOCIONAL



QUÉ ES LA PROMOCIÓN

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre los productos que la empresa o organización les ofrece; pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.



CUALES SON SUS OBJETIVOS PRINCIPALES

Es aumentar las ventas, la rotación de productos, el nivel de existencias, y la distribución. También buscan generar ingresos rápidos, atraer nuevos clientes, estimular la demanda, fortalecer la imagen de marca y motivar a los vendedores.



QUE SITUACIONES SUGIEREN EL USO DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS?

La promoción de ventas suele ser una buena estrategia en varias situaciones, especialmente cuando se busca impulsar las ventas de un producto nuevo, aumentar la demanda de un producto ya existente o mejorar la percepción de una marca.



CUALES SON LAS PRINCIPALES ACCIONES PROMOCIONALES Y EN QUI CONSISTEN?

La publicidad, las relaciones públicas, las promociones de ventas y la venta personal. La publicidad utiliza diferentes medios para comunicar el mensaje de la marca y convencer al público objetivo.



• OFERTAS Y MUESTRAS

Las OFERTAS son una rebaja en el precio de un producto y servicio. Las MUESTRAS son pequeñas cantidades o versiones reducidas de un producto que se ofrecen de forma gratuita o a un precio reducido, con el objetivo de que los consumidores las prueben y se interesen en el producto completo.



• PREMIOS O REGALOS

son obsequios ofrecidos por una empresa a sus clientes, empleados o público en general como parte de una estrategia de marketing o promoción.



• RIFAS O SORTEOS

son mecanismos diferentes pero relacionados para atraer a los participantes y generar interés. Las rifas implican la compra de boletos para participar, mientras que los sorteos suelen ser gratuitos y la participación se basa en la suerte.