



Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: NERI RAMÍREZ ÁLVAREZ

NOMBRE DEL TEMA: ACCION PROMOCIONAL

PARCIAL: 1

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: YAÑES PINTO SISSY ALEJANDRA

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA**

CUATRIMESTRE: 6

ACCIÓN PROMOCIONAL

¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN?

Se refiere a un conjunto de acciones comerciales destinadas a dar a conocer un producto o servicio, mediante la cual se promociona de diferentes maneras, anuncios por medio de redes sociales, televisión, radio, carteles, anuncios publicitarios, periódicos entre muchas mas formas de promocionar.

la principal intención es aumentar las ventas o generar demanda.



¿CUÁLES SON SUS OBJETIVOS PRINCIPALES DE LA PROMOCIÓN?

Los objetivos principales de las promociones son, dar a conocer algún producto en existencia o un producto nuevo, mediante diversas estrategias como por ejemplo persuadir al cliente por medio de demostraciones, o por medio de garantías que demuestran la calidad, y con ello hacer frente a competencias que este dentro del mercado.

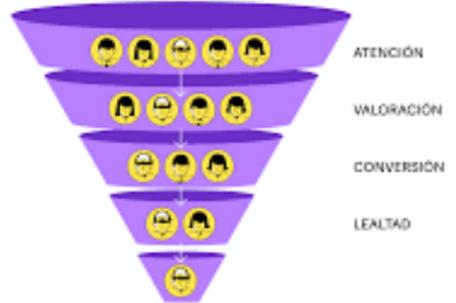
en algunos casos las promociones son una de las estrategias principales para atraer a los clientes.



¿QUÉ SITUACIONES SUGIEREN EL USO DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS?

- El ingreso de un producto nuevo.
- La competencia
- Incentivos por parte de promotores de venta
- Aumentar ventas
- Renovación de inventario
- Oportunidades en fechas específicas
- Ventas bajas
- Atraer clientes que dudan del producto
- Por acercamiento a fechas de caducidad en el producto

El Embudo de Marketing en la Práctica



¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y EN QUÉ CONSISTEN?

Ofertas

La finalidad principal es incrementar las ventas y los ingresos, además de mejorar la imagen de la marca y fidelizar a los clientes. Las ofertas pueden atraer nuevos clientes a través de precios reducidos o promociones, y también pueden incentivar a los clientes existentes a realizar compras adicionales o a volver a comprar.

Premios o regalos

Los premios atractivos pueden atraer a más participantes en concursos o sorteos, generando mayor engagement y exposición de la marca. Regalos por la compra de algún producto puede ser llamativo para los clientes

Rifas o sorteos

Se realizan para premiar a los participantes con un incentivo que, en la mayoría de ocasiones, está vinculado a la marca o producto.

Muestras

Ofrecer a los consumidores la oportunidad de experimentar directamente con el producto, lo que puede aumentar su interés y facilitar la toma de decisiones de compra.



UDS. 2023. ANTOLOGÍA DE ACCION PROMOCIONAL..PDF.

S.W.

[HTTPS://PLATAFORMAEDUCATIVAUDS.COM.MX/ASSETS/DOCS/LIBRO/LMV/1442C1F93AFBCF225F835800DD1B8BC4-LC-%20LMV604%20ACCION%20PROMOCIONAL.PDF](https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/lmv/1442c1f93afbcf225f835800dd1b8bc4-lc-%20lmv604%20accion%20promocional.pdf)
BIBLIOGRAFÍA

CONCEPTO. (5 DE AGOSTO DE 2021). OFERTA. OBTENIDO DE
[HTTPS://CONCEPTO.DE/OFERTA/](https://concepto.de/oferta/)

DRIP.COM. (24 DE MAYO DE 2022). 7 EJEMPLOS DE PROMOCIONES DE VENTAS PROBADAS Y TESTADAS QUE DISPARARÁN TUS VENTAS. OBTENIDO DE
[HTTPS://WWW.DRIP.COM/ES/BLOG/EJEMPLOS-DE-PROMOCION-DE-VENTAS](https://www.drrip.com/es/blog/ejemplos-de-promocion-de-ventas)