

INSTITUTO PRIVADO IPRAW

ROSSY MARYORITH LÓPEZ

ACABAL

5TO ADMÓN

PROFA: MAYTE

MERCA

TAREA: #2

2021



Instituto Privado
Rafael Arevalo Martinez.

Rosy Maryorith
López Acabal

5to Admón

Mercadotecnia

Mayte Escobar

2021

2

Estrategia de comunicación:

#2

Estrategia de lanzamiento en redes sociales

Esta estrategia de comunicación se utiliza cuando quiero o dar a conocer mis dulces en el mercado. También puede ser una manera previa de la apertura de mi nueva empresa. El lanzamiento es la oportunidad donde se da la primera impresión. Es por eso que la estrategia debe estar bien estructurada para no permitir errores que afecten la imagen de mi empresa de dulces.

Una de las cualidades que se tiene que ser muy cuidadoso es el factor: fecha, ubicación, tendencias, temporadas y recurrir a los medios que si puedan expandir el producto con todos estos pasos, para que me permita tener un mayor impacto además del alcance deseado y para lograrlo se deben considerar elementos como: Crearle interés al cliente de mi producto curiosidad de saber que es y hay entra la estimulación e incentivo al usuario y bienen ya las recomendaciones de el producto que le ofera dependiendo de como el se alla sentido con mi producto, y por eso se procura la atención del cliente y empatía y ser resolutivo con los sabores de dulces que tengo por cuales el se intereso cual es su necesidad, y tambien tener cobertura en diferentes medios de comunicación para favorecer la promoción de mi dulceria a través de afiliados y colaboraciones y incrementar la visibilidad poniendo en redes sociales mi producto y anuncios publicitarios de mis dulces recurrir a campañas y compartir mi lanzamiento en redes sociales para que todos puedan ver mi producto para que ellos sepan mi desempeño teniendo un contacto directo o indirecto y teniendo en cuenta el personal conforme la estrategia y teniendo personal capacitado para atraer a los clientes potenciales.