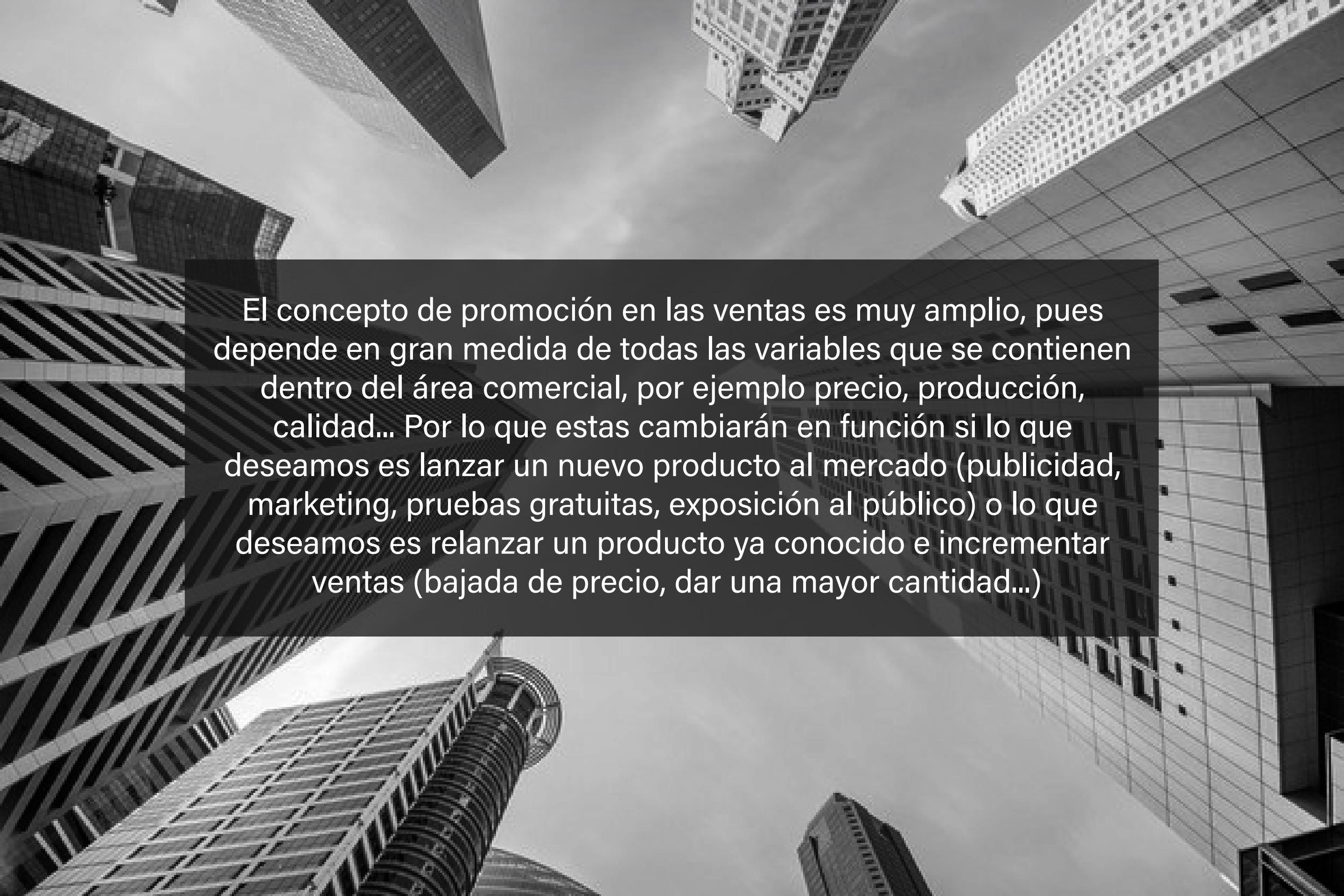


PROMOCIÓN DE VENTAS



Se trata de dar a conocer un nuevo producto o los cambios en precio, calidad, tamaño de un producto ya existente, con el fin de incentivar a los consumidores a comprar nuestro producto. La promoción de ventas pertenecen al sector del marketing, ya que es este el encargado de crear aquellas actividades y medios encaminados a una estimulación e incremento de la demanda de un producto.



El concepto de promoción en las ventas es muy amplio, pues depende en gran medida de todas las variables que se contienen dentro del área comercial, por ejemplo precio, producción, calidad... Por lo que estas cambiarán en función si lo que deseamos es lanzar un nuevo producto al mercado (publicidad, marketing, pruebas gratuitas, exposición al público) o lo que deseamos es relanzar un producto ya conocido e incrementar ventas (bajada de precio, dar una mayor cantidad...)

Tipos de promociones para estimular la demanda

Los mercadólogos son los encargados de, una vez estudiado las necesidades del mercado, lanzar promociones de estimulación y mejora de la demanda de los consumidores. Esto se puede hacer a través de varios medios que todo conocemos:

- Promoción en precio
- Promoción en cantidad
- Promoción en servicio posventa
- Promoción en duración



Promoción en precio: Una reducción del precio de un producto o servicio de manera temporal o indefinida, con el ánimo de resurgir el interés en los demandantes

Promoción en cantidad: Comercializar más cantidad al mismo precio. Las promociones de 2x3 o regalos llevándose productos son buena prueba de ello.

The background of the slide features a photograph of a city skyline from an aerial perspective, showing several modern skyscrapers with glass and steel facades against a clear blue sky.

Promoción en servicio posventa: Es un rasgo en la diferenciación, ya que aunque el mercado tiene productos heterogéneos, todos tratan de suplir las mismas necesidades, por lo que un rasgo de diferenciación en la calidad del producto es ofrecer un servicio óptimo.

Promoción en duración: Otras de las herramientas de atracción y enganche del cliente es ofrecer una relación duradera entre cliente y productor, ofreciendo descuentos y mejores servicios al primero a cambio de mantener un cliente fiel el segundo.



Actividad a realizar: Sopa de letras

Promoción; precio; cantidad; servicio; duración.