

REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES

ACTIVIDAD 3 RAP 2

APRENDIZ: ANYI VANESSA DIAZ CORDERO FICHA: 2068749 21/05/2020

RESUELVE DE ACUERDO A LA LECTURA:

1. ¿Por qué considera usted que en cualquier estrategia promocional deben estar presente el producto, el tiempo, el precio y el mercado? Explique significativamente.

Analizada la lectura sobre promoción de ventas que es el acto de mercadeo donde se busca incrementar las ventas de un producto nuevo y atraer a nuevos consumidores, se tienen también las estrategias de promoción que hace referencia a los diferentes métodos que se utilizan para conseguir una mayor participación del producto en el mercado y que más clientes se sientan atraídos por este. Cuando se habla de estrategia promocional se deben considerar la combinación de cuatro elementos esenciales al momento de establecer los objetivos promocionales:

- **Producto:** es indispensable que, para la estrategia promocional se defina el producto que se pretende promocionar, aquel que para la empresa sienta que se le debe aumentar sus niveles de ventas y que debe llegar a nuevos clientes.
- **Precio:** cuando se pretenden hacer una promoción de venta de un producto es necesario hacer una planeación del presupuesto que va a hacer utilizado para dicha promoción, y así poder determinar el precio del producto durante ese tiempo, es importante que el precio del mismo se atractivo para los consumidores con el fin de generarles confianza y curiosidad.
- **Tiempo:** como se sabe la promoción de venta se realiza para dar a conocer un producto en un lapso de tiempo corto con el fin de incrementar las ventas del mismo, es por eso que al momento de realizar la estrategia promocional se determine el tiempo que el producto va a estar en promoción, este tiempo se determina

dependiendo al producto y la capacidad empleada para dicha promoción.

- **Mercado:** en la estrategia promocional es de suma importancia determinar el segmento de mercado en el cual se va a promocionar el producto, para eso se debe realizar con antelación un estudio de mercado donde se pueda establecer el dicho segmento que me va a ayudar a incrementar las ventas de mi producto.

2. Hablemos de las 4 P del mercadeo:



Según los elementos que sugiere la lectura: tiempo, producto, precio y mercado, ¿Dónde va ubicado cada elemento dentro de las 4P del marketing?

- Producto.
- Precio.
- Plaza.
- Promoción.

4P	ELEMENTOS
Producto	→ Producto
Precio	→ Precio
Plaza	→ Mercado
Promoción	→ Tiempo

3. ¿Qué es el marketing Mix?

→ El marketing Mix se basa en analizar el comportamiento de los mercados y los consumidores, todo con el fin de buscar un mayor crecimiento y fidelización de los clientes resolviéndole sus necesidades. El marketing Mix, también busca definir todas las herramientas con las que se cuenta en el marketing para realizar estrategias que ayuden a fidelizar los clientes, dentro de estas herramientas o variables encontramos la promoción o comunicación de marketing, donde se busca promocionar a un producto mediante diversos medios, con el fin de llegar a más clientes. Esta herramienta de promoción o comunicación se compone de cuatro elementos: publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y venta personal, son herramientas con las cuales se puede hacer promoción de los productos.

4. Cuando usted evalúa el empaque o envoltura de un producto que adquiere regularmente, ¿qué es lo primero que tiene en cuenta?

→ Al momento de adquirir un producto y realizarle la evaluación del empaque del mismo inicialmente por seguridad es importante revisar la fecha de vencimiento de éste; haciendo mención a otras especificaciones al comprar un producto me enfoco en observar si el producto posee algún tipo de promoción, en muchas ocasiones los productos que habitualmente se compran vienen con promociones, como, por ejemplo, cuando se realiza una compra de un producto de papas fritas o mecatos, estos vienen con promociones de contenido extra grande por el mismo precio, así mismo, cuando se hace compra de crema dental muchas veces este producto incluye mayor contenido o adicionalmente agregan como obsequio un cepillo dental por el mismo precio.

5. Mencione un ejemplo real en cada herramienta de comunicación utilizada en la promoción de ventas.

→ Por ejemplo: en la herramienta relaciones públicas a coca – cola, que se vale del emplazamiento (aparición casual del producto en una escena de tv, cine o teatro) para promocionar su bebida.

HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	EJEMPLO REAL
→ Publicidad	Marketing Personal.
→ Promoción de ventas	Alquería
→ Relaciones públicas	Movistar
→ Venta personal	Tiendas Olímpica

- **Publicidad:** se relaciona a la empresa Marketing Personal con la herramienta de comunicación “publicidad” ya que ésta, se enfoca en ofrecer sus producto o servicios mediante catálogos o revistas domésticas.
- **Promoción de ventas:** se hace mención a la empresa Alquilería con la herramienta de comunicación “promoción de ventas” ya que muchas veces con el fin de promocionar el producto la empresa realiza sorteos donde los clientes que adquieren los productos Alquilería tienen la posibilidad participar, enviando tres empaques en un sobre a Servientrega con sus datos personales y podrán ganar viajes a México.
- **Relaciones Públicas:** se hace mención a la empresa telefónica Movistar con la herramienta de comunicación “Relaciones Públicas”, ya que utiliza su marca para patrocinar eventos deportivos, es el caso del ciclismo, donde la empresa representa a un equipo en las diferentes competiciones de este deporte.
- **Venta personal:** se hace mención a la empresa Tiendas Olímpica con la herramienta de comunicación “venta personal”, ya que al ser un establecimiento de comercio cuenta con jefe de venta quien coordina los mecanismos o medios utilizados para hacer publicidad. Un ejemplo claro de olímpica para hacer promoción son los conocidos madrugones y trasnochones.