

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Comprender los conceptos básicos detrás de la promoción de ventas
- Aprender herramientas útiles para llevar al mercado programas innovadores y exitosos
- Desarrollando habilidades prácticas relacionadas con el diseño conceptual y administración eficaz del presupuesto destinado a promociones
- Estableciendo relaciones interpersonales con clientes actuales o potenciales
- Utilizando adecuadamente las redes sociales para promocionar productos o servicios
- Evaluando los resultados e implementando los cambios necesarios según sea requerido

CONTENIDOS

UNIDAD.- La Promoción de Ventas

- La promoción, elemento del marketing mix
- Objetivos de las promociones de ventas
- Ventajas e inconvenientes de la promoción comercial
- Estrategias promocionales push y pull
- Las promociones y la percepción del precio en los consumidores
- Tipos de consumidores
- Clientes fieles a nuestra marca
- Consumidores que compran productos de la competencia
- Consumidores que cambian de marca
- Compradores motivados por los precios
- Los no usuarios

UNIDAD.- Técnicas de promoción

- Bonus pack
- Cupones
- El vale descuento
- Premios
- Juegos, concursos y sorteos
- Regalos
- Descuentos
- Reembolsos
- Sampling o muestras
- Eventos
- Ofertas conjuntas
- Programas de venta continua
- Merchandising y visual marketing
- Las promociones a los distribuidores

UNIDAD.- Gestión de las Promociones

- Principales efectos de las promociones sobre la conducta de los individuos
- Factores que afectan a la promoción
- Calcular el coste de una promoción
- El presupuesto para la promoción de ventas
- Medir la efectividad de la promoción de ventas
- La planificación de la promoción de ventas

