



# Promoción de ventas

Código: 654240

Duración: 8.00 horas

## Descripción

---

El curso de Promoción de Ventas está diseñado para aquellos interesados en ampliar sus conocimientos y habilidades en el campo de la promoción de ventas.

Durante el curso, cubriremos temáticas como la investigación de mercado, el diseño conceptual de promociones, la creación de programas innovadores que motiven a los clientes, los fundamentos detrás del marketing relacional y la gestión eficaz del presupuesto para promociones.

Al finalizar el curso, esperamos que seas capaz de aplicar tus habilidades para desarrollar una estrategia sólida que lleve a resultados concretos.

## 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

### **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
- Los factores de éxito a considerar en las promociones