



Promoción de ventas

Código: 481583

Duración: 8.00 horas

Descripción

Podemos disponer del mejor producto del mercado pero hace falta comunicarlo. Este curso nos ayudará a entender las diferencias de uso de las distintas herramientas de promoción y su interrelación, en función de los recursos disponibles y objetivos.

Aprenderemos a distinguir y entender la aplicabilidad de las distintas tácticas de promoción de ventas. Sabremos cómo promocionar la oferta, despertando el interés de compra. Aprenderemos el uso de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas. Conoceremos los distintos elementos de merchandising . Y analizaremos cómo utilizar el conocimiento de los clientes en la mejora de la rentabilidad y su retención.

Objetivos

- Entender las diferencias de uso de las distintas herramientas de promoción y su interrelación
- Distinguir y entender la aplicabilidad de las distintas tácticas de promoción de ventas
- Aprender el uso de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
- Conocer los distintos elementos de merchandising
- Utilizar el conocimiento de los clientes en la mejora de la rentabilidad y su retención
- Conocer el marketing-mix

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