

Promoción de venta

Objetivos

Los participantes en este curso conocerán y dominarán las herramientas de la promoción de ventas, su uso, su efectividad, su análisis económico, así como su integración al resto de la mezcla promocional y de comunicación.

Temario

1. Posicionando las promociones dentro de la mezcla de Mercadotecnia.
2. Objetivos generales y específicos de las promociones al consumidor y al comercio.
3. Elementos de promoción para el consumidor, para el distribuidor y para el negocio.
4. Características de una efectiva promoción.
5. Medios de entrega de las ofertas o razones de éxito de las promociones en empaques.
6. Cuándo usar los diferentes elementos promocionales.
7. Consideraciones para una correcta planeación, elección y programación de los elementos promocionales.
8. Pruebas antes y después de la promoción.
9. Cómo calcular el retorno de / sobre una promoción.
10. Consideraciones éticas de las promociones
11. Definición del "Merchandising".
12. Objetivos del comercio al detalle.
13. Asignación del espacio.
14. Distribución y circulación.
15. Patrones de circulación.
16. Presentación de la mercancía.
17. Exhibiciones en ferias y exposiciones.

Metodología

Se llevarán a cabo sesiones teóricas que se concretarán mediante dinámicas interrelacionadas e interactivas. Las dinámicas demostrarán la aplicación correcta de los conceptos aprendidos con productos/servicios de conocimiento común que alejará a los participantes de los problemas cotidianos y así lograr la efectiva asimilación del conocimiento. De la misma manera, se harán ejercicios relacionados con los productos y/o servicios que su empresa comercializa. Así mismo, se verán varios videos de comercio al detalle y de cuestiones promocionales.