


Bloque VI

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIONES DE
VENTA**

Bloque 6

VI: Estrategias de comunicación

VII: Promociones de ventas

A. PRESENTACIÓN

¿Para qué una estrategia de comunicación?



<http://www.youtube.com/watch?v=IIgavLHSd4Q>

Una de las finalidades de la mercadotecnia es dar a conocer algún producto o servicio de una forma atractiva para los consumidores, por lo que es muy importante saber qué estrategias de comunicación existen para lograr el objetivo, son diversos los elementos que pueden intervenir dentro de la estrategia, debes conocerlos todos para que elijas a los que te convengan según la finalidad que tengas.

La promoción es una forma de comunicación con los consumidores, ésta se realiza para obtener diversos resultados y datos, existen varias técnicas para implementar una promoción, por lo que debes elegir la que más te convenga, a lo largo de este bloque podrás analizar lo que implica una promoción como estrategia de comunicación.

B. OBJETIVO ESPECÍFICO

El estudiante conocerá las distintas estrategias de comunicación con la finalidad de que logre una alta y efectiva difusión de un determinado producto o servicio.

C. TEMA, SUBTEMAS Y LECTURAS

A continuación se presentan diversas lecturas las cuales te ayudarán a comprender, identificar y analizar los temas referentes a este bloque.

¿Qué elementos se requieren para una estrategia de comunicación?

VI. Estrategias de comunicación

VI.2 Elementos del sistema de comunicación

Mediante un esquema general del flujo de los elementos en el sistema de comunicación externa, es útil para mostrar cómo opera una empresa, el cual debe ir en función de los objetivos particulares de la empresa. En dicho esquema debe incluir los siguientes elementos:

- Proveedores.
- Competidores.
- Análisis de fuerzas y debilidades.
- Problemas y oportunidades.
- Estrategias de marketing.
- Intermediarios y clientes.

En la lectura que a continuación se te presenta podrás apreciar mejor los elementos del sistema de comunicación, lo encontrarás en las páginas 13, 14 y 15.

1. Herreros Arconada, M. (s/f). Comunicación y marketing.

¿Qué es una promoción?

VI.1 Definición, objetivos y funciones de la promoción

La promoción es un plan estratégico en el cual se pretende medir y evaluar algo, como el incremento en las ventas, el proceso que se realiza para una promoción es:

- Definir el objetivo promocional.
- Definir el tipo de promoción.
- Definir las herramientas.
- Definir el estímulo promocional.
- Definir el proceso promocional.
- Organizar físicamente la promoción.
- Realizar la promoción.
- Controlar la promoción.

Dentro del siguiente documento podrás apreciar lo que implica una promoción.

2. Alfaro, E. (s/f). La promoción, *Universia.net*.

¿Cuáles son las actividades promocionales?

VI.3 Actividades promocionales

Una herramienta de comunicación en mercadotecnia son las actividades promocionales, éstas se utilizan con la finalidad de dar a conocer el producto o servicio, las cuales se realizan a través de 4 distintos tipos que se diferencian por los medios que se utilizan:

- Publicidad.
- Venta personal.
- Mercadeo directo.
- Relaciones públicas.

En la lectura que a continuación se te presenta podrás apreciar detalladamente las características de cada una, en las páginas 9, 10 y 11.

3. s/a. (s/f). Marco teórico.

¿En qué consiste una promoción de venta?

VII Promociones de ventas

La promoción de venta es una forma de comunicación en la cual se le ofrece algo distinto e innovador a los clientes para que compren el producto, Stanton, Etzel y Walker definen la promoción de ventas como “los medios para estimular la demanda diseñada para completar la publicidad y facilitar las ventas personales”, las promociones de ventas son una forma de conseguir un estímulo para la compra o venta de un producto.

En la siguiente lectura hallarás a detalle lo que implica las promociones de ventas.

4. s/a. (s/f). Promoción de ventas, *Del Monte*.

D. GLOSARIO

Término	Significado
Estrategia	Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo.
Comunicación	Forma en la cual se busca transmitir un mensaje a otra persona, utilizando diversas herramientas y medios.
Promoción	Preparación de las condiciones óptimas para dar un artículo a conocer o para incrementar las ventas.
Publicidad	Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para vender un servicio, un producto o una idea.
Mercadeo	Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor.

E. CONCLUSIÓN



La estrategia de comunicación se refiere a la forma en la cual se busca acercarse de una forma efectiva e innovadora a los clientes, una forma de comunicación estratégica es a través de las promociones, las cuales tiene la finalidad de buscar y lograr un estímulo en los compradores para que se acerquen al producto o servicio, esto se realiza mediante varias actividades como:

- Publicidad.
- Venta personal.
- Mercadeo directo.
- Relaciones públicas.



F. PARA AMPLIAR EL TEMA

Los siguientes videos te ayudarán a reforzar el aprendizaje conceptual de los temas revisados en este bloque, así como a ejemplificar los temas para una mayor comprensión:

- s/a, (2012). Algunas técnicas de promoción de ventas, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=TQRfxAstiFk>
- s/a, (2008). Las promociones de venta TDE Marketips, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=GbvmKNszuew>
- s/a, (2008). Promociones de ventas, *Consultoría analítica de marketing*.
- s/a, (2011). Qué es el marketing directo, *Video de YouTube*, obtenido de:
http://www.youtube.com/watch?v=i4_YOnlqMPg

G. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alfaro, E. (s/f). La promoción, *Universia.net*, obtenido de:
<http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1094/1/9.pdf>
- Herreros Arconada, M. (s/f). Comunicación y marketing, obtenido de:
http://www.maecei.es/pdf/n2/articulos/comunicacion_y_marketing.pdf
- s/a, (2012). Algunas técnicas de promoción de ventas, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=TQRfxAstiFk>
- s/a, (2008). Las promociones de venta TDE Marketips, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=GbvmKNszuew>
- Sosa Cuecuecha, A. y Vázquez Sastré, M. (2008). *Propuesta de mix promocional para una compañía en el sector de la construcción. Marco teórico*. Colección de Tesis digitales. Universidad de las Américas Puebla. Obtenido de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/sosa_c_a/capitulo2.pdf
- s/a, (2008). Promociones de ventas, *Consultoría analítica de marketing*, obtenido de:
<http://www.conento.com/servicios/formacion/newsletters/Tema6-Promociones-de-Ventas-Conento.pdf>
- s/a. (s/f). Promoción de ventas, *Del Monte*, obtenido de:
<http://promodeventa.galeon.com/promocion.pdf>
- s/a, (2011). Qué es el marketing directo, *Video de YouTube*, obtenido de:
http://www.youtube.com/watch?v=i4_YOnlqMPg