**CÓMO PROMOCIONAR TU SERVICIO O PRODUCTO CURSO NAFIN**

Al comenzar un negocio es bueno saber de la competencia y estrategias de venta a utilizar para potenciar tu producto.

**Mercadotécnica:** relacionado a conocer, promocionar y desarrollar estrategias para vender tu producto, además de entender e identificar oportunidades con los clientes.

**Mercado:** actividad dentro de la cual se venden o compran productos realizando una transacción

**Segmento de mercado:** categoría especifica en la que participan los productos o servicios

**Participación del mercado:** Es el porcentaje que representa el desplazamiento comercial de un producto o servicio en relación con el número total de productos o servicios en su segmento de mercado particular.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Tabla

Descripción generada automáticamente

Para que haya mayor desplazamiento de un producto se logra visitando las tiendas y puntos de venta y observando que productos se comercializan más. Preguntar a los clientes por qué compran los productos o servicios nos permitirá encontrar los beneficios y la ventaja competitiva.

**CLIENTE**

para posicionar el producto se necesita conocer al cliente objetivo y así facilitara satisfacer sus necesidades.

**Identificar al cliente si el producto:**

* **esta en el mercado:** investigar quien lo compra; saber edad, nivel socioeconómico, sexo, pasatiempos, profesión, etc
* **Si no está en el mercado:** hacer sondeo precio para medir el grado de aceptación.
* **sí es para empresa y ya está en el mercado:** identificar la empresa y saber sus aspectos como; sector, zona, tamaño, empleados, veces que se usa el producto

**COMPETENCIA**

Conocer la competencia ayuda a evitar que el producto rivalice directamente.

Para conocerlos debemos:

* recopilar información sobre ellos
* hacer análisis para encontrar ventajas y desventajas

**ANALISIS**

* **Paso 1:** hacer listado extenso de características del producto o servicio
* **Paso 2:** comprar el producto o servicio
* **Paso 3:** Evaluar el producto
* **Paso 4:** detectar debilidades o características no desarrolladas por la competencia; así podemos establecer nuestras ventajas
* **Repetir continuamente**

**MÓDULO 2**

**IMAGEN Y SUS BENEFICIOS**

la imagen puede representar más del 60% de la probabilidad de venta. Es la primera impresión a los públicos.

La imagen corporativa es fundamental para futuras relaciones con el público, darnos a conocer y diferenciarnos de la competencia.

**Requisitos para desarrollar la imagen**

* Debe reflejar 100% los valores que queremos representar
* Que sea coherente: que no cambiemos a través del tiempo
* Debe diferenciarte del resto

Importante contar con ayuda de experto en diseño

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

Incentivos de corto plazo que se usan para fomentar la venta del servicio o producto

**Instrumentos promocionales**

* **Lanzamiento:** el producto se introduce por primera vez al mercado, se puntualiza la ventaja competitiva del producto
* **Prueba:** dar una prueba para aumentar la posibilidad de venta
* **Introducción:** introducir con un descuento o precio bajo el producto o servicio
* **Descuento:** para eliminar mercancías de temporada e incrementar ventas cuando estas son bajas
* **Demostrativa:** para que el cliente observe como se use y funciona para destacar ventajas
* **Alianza:** se desarrolla en conjunto con otra compañía enfocadas al mismo publico
* **Satisfacción garantizada:** garantizar que su dinero está garantizado
* **Combo o paquete:** al comprar varios productos o servicios se asigna un precio menor
* **200% de satisfacción:** si el cliente no esta satisfecho se le devuelve el doble del importe de la compra
* **Premio:** Se le da al cliente la posibilidad de ganar un premio

**ESTRATEGIA DE VENTA**

Para completar una venta se requiere de un proceso compuesto de varias fases:

**Romper el hielo:** fase inicial, busca generar un ambiente positivo con el cliente tratando de capturar su atención

**Sondeo de necesidades:** indagar sobre las necesidades del cliente haciendo una lista de preguntas y determinar si hay oportunidad de venta.

**Presentación:** hecho el sondeo se prepara la presentación explicando los beneficios del producto o servicio y enfocándonos en las necesidades del cliente

**Manejo de objeciones:** respuestas del cliente para no comprar o dudas; debemos resolver las dudas.

**Cierre de venta:** se procura hacer el cierre de venta una vez resueltas las objeciones

**PLANEACIÓN COMERCIAL**

Busca optimizar nuestro recursos humanos y financieros

Es importante contar con un presupuesto para las acciones que se harán para vender nuestros productos y servicios