

ACTIVIDADES IPE II

Actividad 1.



FICHA 4 - ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Objetivo de la ficha: Concretar las actividades de promoción del producto

Basándote en tu idea de negocio, redacta las actividades de promoción que vas a llevar a cabo.

1º) La **publicidad**:

a) ¿Qué **medios de publicidad** crees que son los adecuados para tu empresa? ¿Los masivos? ¿El buzoneo? ¿Internet? ¿A través de la página web? ¿El mailing? ¿A través de redes sociales?

b) Diseña un **folleto** de publicidad de una sola página donde se indiquen los productos que vendes, precios, localización de la empresa, etc. Intenta captar la atención y ser creíble.

c) Diseña también una **tarjeta de visita** que incluya tu marca y tus datos de contacto.

2º) El **merchandising**: ¿Vendes en una tienda o local? Indica las actividades sobre rótulos, escaparates, carteles, estanterías, ambientación, etc.

3º) **Promoción de ventas**: ¿Puedes realizar promociones de corta duración como muestras, regalos, participación en sorteos, 2 x 1, etc?

4º) **Fidelización**: ¿Qué piensas hacer para conservar tus clientes? ¿Qué puedes ofrecerles? ¿Vales descuentos, puntos acumulables?

5º) **Relaciones públicas**: ¿Puedes patrocinar alguna actividad que genere buena imagen para tu empresa?

6º) **Venta directa**: ¿Quién va a vender en tu empresa? ¿Qué actividades va a realizar: persuadirles en la venta, informar, recoger información?
CON ESTA FICHA SE EVALÚA EL RESULTADO DE APRENDIZAJE 4 CRITERIO DE EVALUACIÓN I)

ACTIVIDAD

Mira el siguiente vídeo del programa *Equipo de Investigación* de La Sexta y señala qué estrategias de marketing emplea la firma de moda Primark.

VIDEO ESTRATEGIAS DE MARKETING FR PRIMARK

TIPO DE ESTRATEGIA
<p><i>Publicidad: Ninguna, porque su estrategia es el boca a boca de la gente y las redes sociales que al tener precios tan bajos son fácilmente recomendables sus productos por la gente.</i></p>
<p><i>Merchandising: Tienen estética de supermercado, tienes autoservicio con toda la ropa a tu disposición y con toda la información básica necesaria a tu alcance, llevan cestas grandes con la mentalidad de que se llene lo más posible así incitando a la compra y la colocación masiva de los productos, la cantidad de ropa que hay y de otros productos genera sensación de oportunidad.</i></p>
<p><i>Promoción de Ventas: Precios rebajados continuos en vez de hacer ofertas puntuales o rebajas complejas, mantienen precios extremadamente bajos todo el año para fomentar la compra por impulso.</i></p>
<p><i>Relaciones públicas: Bolsas icónicas de papel marrón funcionan como vallas publicitarias móviles.</i></p>
<p><i>Fidelización: Han logrado que comprar ahí sea una experiencia emocional con la rotación rápida de nuevos productos por ejemplo que hace que los clientes vuelvan frecuentemente para ver que hay nuevo antes de que se agote.</i></p>
<p><i>Costes: Ahorro extremo de costes para mantener esos precios, ahorran en seguridad, etiquetado, buscan locales con alquileres negociados o estratégicos para vender por volumen masivo.</i></p>

