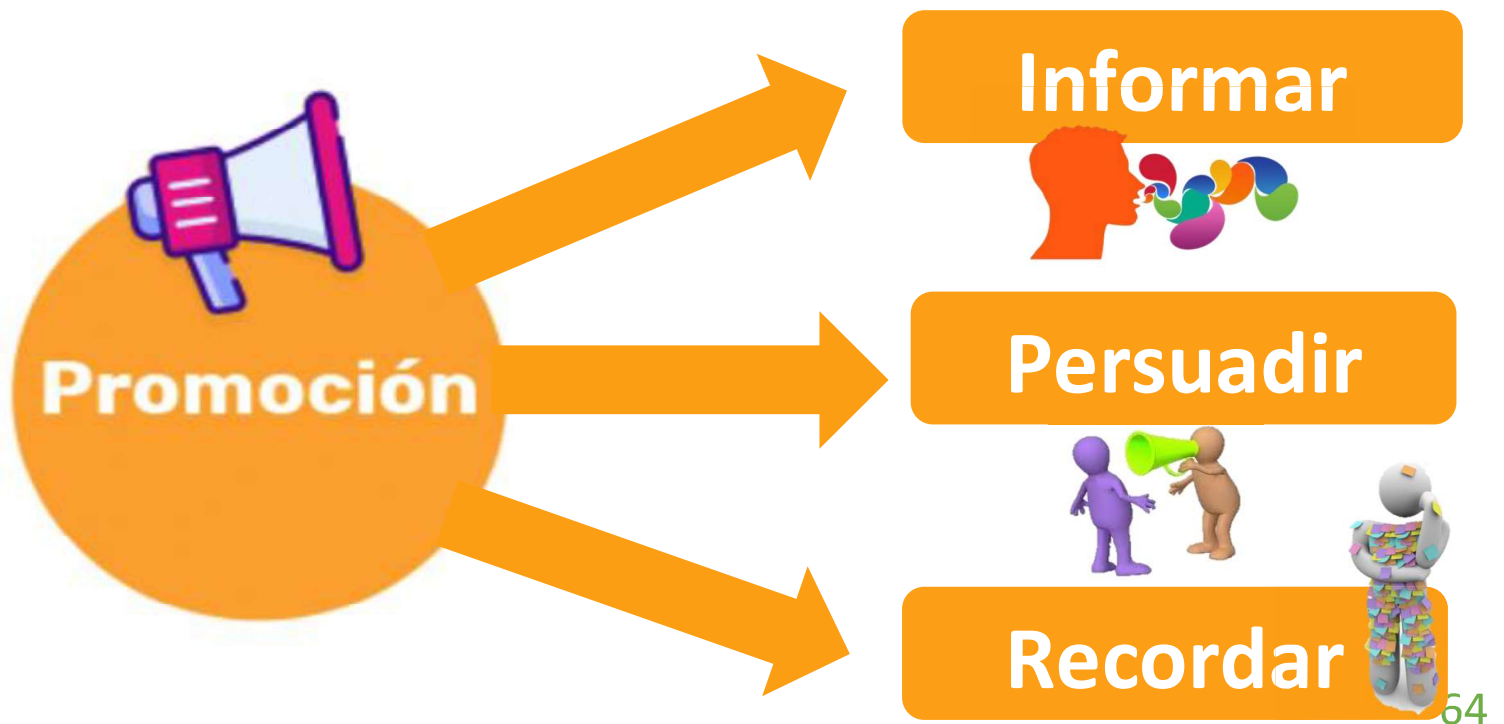


8. LA PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN

LA PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN de la empresa es el instrumento de marketing con el que intenta informar al consumidor sobre el producto, persuadirlo para que lo compre y tratar de que sea recordado



Los instrumentos de promoción o comunicación

Instrumentos de promoción o comunicación

Publicidad



- **Llega a muchos consumidores** al mismo tiempo (TV, radio, revistas, etc.).
- El objetivo de la publicidad es **aumentar ventas a largo plazo** o cambiar la opinión hacia la empresa.



VENTAJA: Llega a mucha gente (masivo)



INCONVENIENTES: Medio caro

Promoción en ventas

- Son todas las actividades de la empresa con las que intenta **estimular las ventas durante un periodo corto de tiempo** (3x2, ofertas...)



VENTAJA: compra impulsiva, y dar a conocer productos nuevos.



INCONVENIENTES: inadecuado para productos de prestigio

65



YouTube

[Vídeo explicativo. Instrumentos de promoción](#)

Venta personal



- Venta del producto a partir del contacto directo entre el vendedor y el comprador.



VENTAJA: trato personal y directo.

INCONVENIENTES: los vendedores requieren una gran formación por parte de la empresa para que estos transmitan la imagen que se desea.

Relaciones públicas



Patrocinio

Apoyo económico o de otro tipo a eventos deportivos, sociales o culturales.

Publicity

Son todas las noticias, entrevistas etc. que salen en los medios de comunicación relacionados con la empresa y no pagadas por ella.



VENTAJA: buena imagen a la empresa.



INCONVENIENTES: Una mala interpretación puede afectar negativamente a la empresa.

Merchandising



- **Publicidad que se realiza en el punto de venta.**
- El uso de **carteles** que señalen el producto, la **situación del producto** en lugares de paso de los consumidores, la posición del producto a la altura de los ojos o una buena **iluminación...**



VENTAJA: barato y facilita la compraventa.

INCONVENIENTES: saturar al cliente.

Marketing directo



- La empresa se dirige directamente al consumidor a través **de correo, teléfono e internet.**
- La **importancia de las TIC's** beneficia el uso de este instrumento.



VENTAJA: barato y facilita la compraventa.



INCONVENIENTES: saturar al cliente.

Ejercicio de clase 9

Estrategias de comunicación.

Indica qué estrategia de comunicación se ha utilizado en cada caso.



Se anuncia el producto en la radio



Se utilizan influencers que usan el producto en Instagram y tik-tok



Se paga a un equipo de fútbol para llevar el nombre del equipo en la camiseta



Se hacen ofertas 3x2