



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

Secundario Básico y Orientado Bachiller de Adultos

3° Año de Bachiller de Adultos

### TALLER DE MICRO- EMPRENDIMIENTO

Profesora Ana Valeria Martín



#### Guía N° 12 de Taller de Microemprendimiento

Hola chicos, En la siguiente guía pedagógica veremos:

A) Tipos de precios de Ventas. Estrategias de precios

Curso: 3° de Bachiller "

Espero que se encuentren bien junto a sus seres queridos.

Fecha de Entrega: 22/10/21

### A) TIPOS DE PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER UN PRODUCTO O SERVICIO

Podemos definir publicidad; "Como la acción de comunicación a través de medios de masa (TV, radio, prensa, etc) pagada por un patrocinador para influir en el comportamiento del consumidor.

La verdad es que se puede hacer publicidad desde muchas perspectivas:

- A) **En función del patrocinador**: Puede ser individual (de una empresa pública o privada) y colectiva (asociación).
- B) **En función del contenido**; puede ser referida a la empresa, o al producto. Esta última a su vez se divide según la fase del ciclo de vida del producto en: publicidad de lanzamiento y publicidad de mantenimiento también denominada de fidelización de la clientela.
- C) **En función a la forma**: Se distingue entre publicidad comparativa y publicidad no comparativa, según diferencie los atributos del producto respecto a los de la competencia. También se habla de publicidad es suave o agresiva, según el estilo elegido.
- D) **En función del ámbito geográfico**, puede ser: local, regional, nacional o internacional.

### LOS TIPOS DE PUBLICIDAD QUE DEBES CONOCER





## **COLEGIO "SAN BERNARDO"**

Secundario Básico y Orientado Bachiller de Adultos

3° Año de Bachiller de Adultos

### **TALLER DE MICRO- EMPRENDIMIENTO**

Profesora Ana Valeria Martín

## **PUBLICIDAD IMPRESA**

Es la publicidad que encontramos en periódicos, revistas y folletos. Con los años, esta publicidad ha ido retrocediendo debido a la crisis de los medios de comunicación impresos. Sin embargo, todavía se utiliza dada la gran fidelidad de los seguidores que compran este tipo de publicaciones.

## **PUBLICIDAD EN RADIO Y TELEVISIÓN**

La publicidad en radio y televisión es otra de las formas tradicionales de llegar a nuestro público. A través de la imagen y el sonido se puede llegar al gran público. Incluso existen posibilidades de segmentar nuestra publicidad con medios televisivos y radiales locales.

## **PUBLICIDAD EXTERIOR**

Otra de las formas de publicidad tradicionales es sin duda la publicidad exterior. Vallas publicitarias, carteles, luminosos, banderolas... este tipo de publicidad es de mucha proximidad al cliente potencial y debe destacar por su gran fuerza visual para llamar la atención.

## **PUBLICIDAD ONLINE**

La irrupción de Internet nos ha mostrado también nuevas formas de llegar a nuestro público objetivo. En este campo, encontramos múltiples modelos de publicidad: anuncios en buscadores (Google Ads) o en redes sociales (Facebook Ads, Twitter Ads...), banners en webs, artículos patrocinados en periódicos...

En este tipo de publicidad, podemos optimizar nuestros presupuestos mediante las llamadas campañas PPC (Pay-Per-Clic), donde sólo pagamos cada vez que un cliente potencial entra en nuestra página de venta.



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

Secundario Básico y Orientado Bachiller de Adultos

3° Año de Bachiller de Adultos

### TALLER DE MICRO- EMPRENDIMIENTO

Profesora Ana Valeria Martín

## PUBLICIDAD TELEFÓNICA Y E-MAIL

Este tipo de publicidad consiste en la comunicación del producto o servicio por vía telefónica a nuestros clientes potenciales. El e-mail se utiliza también como medio publicitario (distinto del e-mail marketing) cuando realizamos publicidad directa sobre las personas interesadas en nuestro producto o servicio.

### ¿CUÁL ES EL MEJOR TIPO DE PUBLICIDAD PARA NUESTRA EMPRESA?

Toda empresa debe tener un Plan General de Marketing y un Plan de Medios donde se decida qué, cómo y cuándo queremos publicitar. Asimismo, debemos tener asignado un presupuesto y realizar un estudio del mercado que nos permita optimizar al máximo nuestro gasto en publicidad para obtener la mejor tasa de conversión y el mejor retorno de la inversión.

#### **B) Promoción de Ventas:**

Es el conjunto de acciones dirigidas a incentivar a los intermediarios y clientes con el objeto de incrementar las ventas, modificando cuantitativa y cualitativamente su conducta habitual.

Entre estas acciones están:

#### 1. Descuento marcado por el propio producto

Consiste en vender temporalmente a un precio inferior al normal, comunicándolo en el propio envase: "descuento del 10%", suele ligarse a algún acontecimiento: aniversario de la empresa, estreno del nuevo envase, etc.

#### 2. Mayor contenido de producto por el mismo precio

Pueden darse aquí dos tipos de modalidades. Por un lado, la clásica promoción 3x2 (comprar tres unidades de producto y pagar tan sólo dos). En segundo lugar, un envase de mayor tamaño y contenido, ofrecido al mismo precio del producto normal ("Un 20% más, gratis"). Recomendable para artículos de consumo frecuente, poco diferenciados y muy competitivos.



## **COLEGIO "SAN BERNARDO"**

Secundario Básico y Orientado Bachiller de Adultos

3° Año de Bachiller de Adultos

### **TALLER DE MICRO- EMPRENDIMIENTO**

Profesora Ana Valeria Martín

#### **3. Productos complementarios a un precio inferior**

Al igual que las dos anteriores, esta es un tercer tipo de promoción de precio. En esta modalidad, la oferta consiste en ofrecer dos productos de uso complementario (leche + bollería, espárragos + mayonesa, etc.) a un precio inferior al correspondiente a la suma de ambos. Esta promoción es muy utilizada por empresas fabricantes de los dos tipos de productos. De esta forma, se refuerza la marca en cuestión. También es muy útil para el lanzamiento de un nuevo producto o de un nuevo envase.

#### **4. Cupones o vales descuento**

Son reducciones de precio a través de vales y cupones, que se reciben de distintas maneras: por correo, en revistas, entrega personal, etc. Suelen tener un periodo de validez determinado.

#### **5. Muestras y degustaciones**

La muestra es la entrega gratuita de pequeñas cantidades de producto para que el consumidor pueda probarlo. Por su parte, la degustación consiste en dar a probar, generalmente en el propio lugar de compra, ciertas cantidades de producto, o bien comprobar en directo su funcionamiento. Es una técnica promocional que suele resultar cara.

#### **6. Regalos directos**

Obsequios adheridos al envase o en el interior del producto. Nunca el regalo debe tener un atractivo superior al del propio producto. Se recomienda que no se alarguen excesivamente en el tiempo.



## COLEGIO "SAN BERNARDO"

Secundario Básico y Orientado Bachiller de Adultos

3° Año de Bachiller de Adultos

### TALLER DE MICRO- EMPRENDIMIENTO

Profesora Ana Valeria Martín

#### 7. Concursos y sorteos promocionales

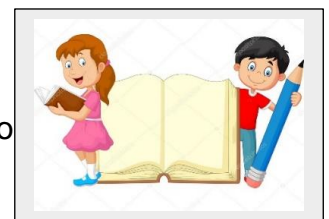
Los sorteos son juegos o combinaciones en los que se ofrece un premio a los ganadores designados al azar. Los concursos, por su parte, requieren una cierta participación activa del consumidor, que ha de poner a prueba sus conocimientos y habilidades de diverso tipo. En ambos casos suelen otorgarse premios de cierta entidad.

#### Actividad integradora

- 1- Elabore un concepto de publicidad.
- 2- Elabore un esquema de las diferentes perspectivas en que se puede hacer publicidad.
- 3- Elabore un cuadro comparativo entre los diferentes tipos de publicidad con las ventajas y desventajas de cada uno.
- 4- Explique con un ejemplo los diferentes tipos de promoción de ventas.
- 5- **Diseña una publicidad**, la misma podrá ser través de un **publicidad televisiva (video) ó diseña una publicidad gráfica** que deberás insertar en este trabajo.
- 6- **Elije 4 tipos de promoción de ventas** para tu producto y describe, porqué las elegiste.

#### Bibliografía:

- <https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/tipos-de-publicidad-para-dar-a-conocer-un-producto-o-servicio/>



<https://www.emprendedores.es/gestion/tipos-promociones-de-producto-habituales>