

Marketing promocional

Modalidad: curso e-Learning Duración: 20 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Analizar la información de los clientes y bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (sistemas de información de mercados) para la definición de distintos tipos de acciones en el lanzamiento e implantación de distintos tipos de productos y servicios
- Caracterizar distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y servicios a partir de una campaña, tipo de cliente, fechas especiales, tipo de establecimiento u otros.

CONTENIDOS

1. Concepto y fines de la promoción.
2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras.
3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimientos.
4. Promociones especiales.
5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
6. Acciones de marketing directo.
7. Acciones de promoción on-line