PARTE VI

PROMOCIÓN

Su negocio podrá estar ubicado en un buen lugar y podrán tener buenos precios sus productos que están dispuestos a pagar los clientes, pero las ventas podrían seguir bajas. ¿Cuál es la razón? Podría ser que los clientes no saben que su negocio existe. Necesita comunicarles que Ud. tiene un negocio y lo que les ofrece. Esto se llama **Promoción** y es la cuarta "P" de la comercialización. Promoción significa informar y atraer a los clientes para que compren su producto.



LIVEWORKSHEETS

1. ¿A quién y qué va a informar sobre su negocio?

Antes de hacer una promoción, debe responder estas dos preguntas:

- ¿A quién quiere atraer para comprar su producto?
- ¿Qué tiene su producto que usted quiere que sepan?

Si no tiene respuestas claras a estas preguntas, sus esfuerzos de promoción podrían ser en vano.



> “Regrese a la Posición que Ud. ha establecido. ¿Quiénes son sus clientes meta? ¿Qué diferencia hay en su negocio? Esta información le ayudará a decidir a quién quiere promoverle su producto y lo que les quiere decir.”

La Canasta Verde vende verduras orgánicas. Su base de clientela no se compone de todos los hogares, sólo de los que tienen buenos ingresos y buen nivel educativo. Suelen ser profesionales que compran sus alimentos en supermercados, leen información en Internet a diario, son miembros de redes sociales en línea, y son muy conscientes de la salud.

La Canasta Verde, por tanto, nunca promueve su producto con hojas impresas en las esquinas de la vía pública, sino que crean presentaciones atractivas de los productos en los supermercados, pone anuncios en sitios web que suelen leer estos profesionales y establece una página en una red social que suelen usar clientes potenciales para educarlos sobre los alimentos y la salud.

Su Posición ya ha identificado lo que tiene de único su producto. Para atraer a sus clientes meta, debe decirles consistentemente que usted es único y qué tiene de especial lo que puede hacer por ellos. Su mensaje debe ser consistente en todos los canales de comunicación. De no ser así, los clientes se podrían confundir y no entenderían su mensaje.

Si *La Canasta Verde* le dice a los clientes que la compañía está vendiendo varios tipos de verduras, el mensaje no diferencia al negocio de otros proveedores de verduras. Más bien, *La Canasta Verde* debería decirle a los clientes consistentemente que sus verduras son frescas y orgánicas y que por tanto son saludables porque no se usan pesticidas químicos y controlan los procesos de siembra y cosecha.

Además de este mensaje clave, puede brindar otra información importante, como:

- Los productos que vende.
- El precio y términos que aplica.
- Dónde pueden los clientes comprar su producto.
- En qué horario atiende su negocio.

LIVEWORKSHEETS

ACTIVIDAD 13



¿Tiene claro quiénes son sus clientes meta y qué mensaje debe enviarles?

.....

.....

De no ser así, por favor revise la Posición que estableció en la Parte II.

2. Diferentes maneras de hacer promociones

2.1 Publicidad

La publicidad es dar información a sus clientes que los hace interesarse más por comprar sus bienes o servicios.

ACTIVIDAD 14



1. ¿Le hace publicidad a su negocio? ¿Qué clase de publicidad hace?

.....

.....

.....

2. ¿Conoce otras maneras de hacer publicidad? ¿Cuáles? ¿Por qué no los utiliza?

.....

.....

.....

Hay muchas formas de hacer anuncios masivos que todos ven a diario, como los comerciales en la Tele, en la radio, anuncios en periódicos y revistas, rótulos publicitarios, etc. La mayoría son muy caros, pero alcanzan una gran cantidad de gente.

Veamos algunas de las maneras cómo puede hacer publicidad para su producto sin demasiado dinero.

LIVEWORKSHEETS

- **Herramientas básicas para hacer publicidad para su negocio**
  - Rótulos, carteles, impresos, folletos y volantes para que los clientes conozcan las ofertas especiales, descuentos, productos nuevos, etc.
  - Con una lista de precios las personas conocen todos los productos que vende y lo que cuestan.
  - Se usan álbumes de fotos para mostrarle a los clientes los productos que usted confecciona y que no tiene en inventario.
  - Con las tarjetas de presentación las personas conocen su negocio - el nombre, lugar donde está ubicado y los productos que vende.

De estas herramientas básicas se vale la mayoría de negocios para hacer publicidad para sus productos. Para dar una buena impresión, asegúrese de que sus materiales publicitarios sean ordenados y que la información sea clara. También es importante que toda la publicidad sea consistente en términos del nombre, logotipo, colores, diseño, estilo, etc. Cuando los clientes ven algo repetidas veces, hay mayor posibilidad de que lo recuerden.



El de la izquierda tiene demasiada información como para tener impacto. Las personas no lo van a leer. El de la derecha es ordenado y limpio, con información resumida. Va a atraer a más personas. Hay mayor probabilidad de que lo lean y lo recuerden.

Puede ser muy caro imprimir sus propios materiales publicitarios, así que tiene que considerar con cuidado dónde coloca sus carteles, a quién le da folletos, etc. para que su publicidad sea efectiva.

LIVEWORKSHEETS



Distribuir hojas impresas en la vía pública no es una forma efectiva de hacer publicidad para su negocio. La mayoría de las personas botan de inmediato las hojas, dejando la impresión de que su negocio es el responsable de la basura en las calles.

- **Artículos promocionales con marca**

Los artículos promocionales con marca, como tazas, gorras y camisetas, se suelen usar para aumentar ventas y hacer publicidad para su negocio. Considere lo siguiente:

- Seleccione algo que a sus clientes les gustaría tener. Si sus clientes meta son menores de edad, los juguetes o los globos son buenos, pero a los adolescentes o adultos les gustan más las gorras y camisetas.
- Haga publicidad cada semana. Si la camiseta se ve bien, se la van a poner. Si la camiseta es fea y tiene un logotipo enorme, probablemente la boten.
- Escoja un artículo que complemente su producto o que pueda ser usado con el producto. Por ejemplo, La Canasta Verde apoya un estilo de vida saludable, por lo que deberían regalar bolsos de tela con su logo, en vez de bolsas plásticas.

- **Medios de comunicación masiva: Televisión, radio, periódicos**

Anunciarse en periódicos locales puede ser bueno a veces, pero en general es muy caro.

Anunciarse en la radio puede ser práctico en algunos lugares, en especial si hay muchas personas que no saben leer o escribir en la zona.

Anunciarse en la televisión es caro y a menudo lo usan las empresas grandes que quieren alcanzar a muchos clientes en una zona amplia.



LIVEWORKSHEETS

> La publicidad no siempre es cara. ¡Use la creatividad! Hay muchas maneras innovadoras de hacer publicidad que no son caras. Entre más creativa su publicidad, más va a atraer atención.



La Canasta Verde tiene un presupuesto muy limitado para la publicidad. No pueden pagar la publicidad en la radio o televisión. Sin embargo, pueden hacer que los clientes sean conscientes de su producto anunciándose en objetos que se mueven. Por ejemplo, podrían crear un disfraz de zanahoria con el logotipo de *Canasta Verde* y contratar a alguien que use el disfraz frente a supermercados.

2.2 Promoción de ventas

Una **promoción de ventas** es todo aquello que puede hacer que los clientes compren más productos cuando ya se encuentren en su tienda. Puede hacer promoción de ventas de diferentes maneras.

- **Exhibiciones**

La **exhibición** es la manera que ordena sus artículos en la tienda. Una buena exhibición es la que facilita que los clientes vean sus productos para que puedan seleccionar los que desean comprar.

LIVEWORKSHEETS

A continuación algunas ideas de maneras como puede exhibir sus artículos para aumentar sus ventas:

1. Haga grupos de artículos parecidos

Ponga productos similares a la par. Para los clientes, es la forma más fácil y rápido encontrar lo que están buscando.

Por ejemplo:

- Junte las bebidas calientes como té, café y chocolate.
- Ponga todos los materiales de limpieza juntos.

2. Que se vean llenos sus estantes

No guarde muchos artículos en su bodega. Ponga la mayoría de sus artículos donde los clientes los puedan ver y comprar. No deje que se vacíen sus estantes antes de volverlos a llenar. Los estantes vacíos dan la impresión que su negocio no tiene mucho inventario.

3. Muestre la parte de enfrente de los envoltorios

El frente del envoltorio por lo general es brillante y atractivo. Esto ayuda a que los clientes vean sus artículos favoritos y que se sientan atraídos a probar artículos nuevos.



4. Muestre claramente los precios

Puede poner el precio en la orilla del estante, debajo de cada producto diferente. Use letra grande para que los clientes puedan ver el precio.

5. Ponga los artículos donde sea fácil verlos

Ponga artículos pequeños como dulces en depósitos de vidrio para que los clientes los puedan ver. Los artículos se ven más fácil al nivel de la vista, así que ponga los artículos que quiera promocionar en los estantes que están a nivel de la vista. Use los estantes que están cerca del suelo o del cielo raso para los artículos normales, más conocidos.

- **Exhibiciones especiales**

Utilice exhibiciones especiales para vender más de sus artículos normales, los de temporada o artículos nuevos. También puede usar exhibiciones especiales para artículos que se venden más despacio y artículos que están un poco viejos o dañados.

LIVEWORKSHEETS

Sus exhibiciones especiales deben estar a la vista para que las personas las puedan ver. Haga un cartel para informar a los clientes de sus ofertas especiales. Ponga el cartel a la par de la exhibición. También es buena idea poner un cartel afuera de su negocio para que los clientes se interesen y entren. Una buena exhibición especial aumentará sus ventas.



Si vende en línea a través de su sitio web, también use el mismo principio.

La exhibición también implica ordenar sus productos o inventario de manera segura y práctica. Lea más al respecto en el MANUAL MESUN: COMPRAS Y CONTROL DE EXISTENCIAS.

LIVEWORKSHEETS

- **Más ideas para promociones de ventas:**

1. Que los clientes prueben nuevos productos



En *la Panadería Las Delicias* se da a los clientes la oportunidad de probar los nuevos productos para que deseen comprarlos

2. Realice sorteos



Esta tienda logra que las personas gasten más dinero mediante el sorteo de premios.

3. Haga demostraciones



El vendedor de la tienda demuestra cómo utilizar el horno solar. Haga una demostración del uso de productos que son técnicos o difíciles de entender.

Cuando los clientes ven cómo funciona y que funciona bien, se interesan por comprarlo.

LIVEWORKSHEETS

4. Venda productos que van en conjunto



Una linterna de mano necesita baterías. No funcionan por sí solas. Para vender más, ponga los productos que van en conjunto a la par. Haga un recordatorio para que los clientes los compren.

"No hay reglas firmes para promociones de ventas, pero recuerde:

- Sea creativo, use sus propias ideas y pruebe algo diferente.
- Mantenga el interés de los clientes. Cambie de promoción seguido y sólo use cada uno poco tiempo.
- No haga muchas promociones a la vez. Los clientes se podrían sentir que los está obligando a que compren"

ACTIVIDAD 15

1. ¿Qué tipos de promociones de ventas ha usado? ¿Son efectivas?

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

2. ¿Qué otro tipo de promociones de ventas va a usar en su negocio?

.....

.....

2.3 Publicidad



La Cooperativa La Colmena es un exitoso negocio apícola. Un periodista redactó una nota sobre este negocio en el periódico local. Con esa publicidad, muchos se enteraron de sus productos, así que las ventas de la *Cooperativa la Colmena* aumentaron.

La **Publicidad** es una promoción gratuita a través de un artículo en un periódico o revista o un reportaje televisado que informa a las personas la existencia de su negocio y su producto. Si se escriben cosas positivas sobre su negocio, esto le ayudará a aumentar sus ventas.

No es fácil obtener publicidad para su negocio. Puede redactar una carta interesante a un periódico o revista local, o a estaciones de radio y televisión locales y describa lo que hace su negocio y qué servicio presta a la comunidad. Si consideran que es interesante la carta, podrían decidir usarla para escribir un artículo o crear una nota.

Por otro lado, Ud. no puede controlar lo que escriba otro sobre su negocio, a diferencia del anuncio publicitario. La publicidad desfavorable tendrá el efecto opuesto. Trate de asegurarse que no reciba mala publicidad. Por ejemplo, la *Cooperativa La Colmena* recibiría mala publicidad si llegara a visitar el negocio un periodista y encontrara que todo en la fábrica esta desorganizado y sucio, y como consecuencia escriba sobre eso.

2.4 Comercialización digital

La **comercialización digital** se refiere al uso del Internet para comunicar información sobre su negocio. Si gran cantidad de sus clientes meta tienen acceso al Internet, es una forma poderosa y de bajo costo de promover su producto.

¿Cuáles son las actividades de comercialización digital que Ud. conoce?

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

- **Sitos web**

Crear un **sitio web** suele ser lo primero que hacen las personas cuando quieren empezar con la comercialización digital. Su sitio web debería contener mucha información sobre su negocio, lo que quiera que conozcan los clientes. Por tanto, está diseñado para ser atractivo y de fácil uso. Puede crear un sitio web sencillo Ud. mismo, si busca unas plantillas sencillas y obtiene las instrucciones en internet sobre diseño de sitio web. Por otro lado le puede pedir a un diseñador de web, o a una compañía que diseña sitios web para que le haga uno.

Sin embargo, sólo la mera creación del sitio web no le va a ayudar a su negocio. Crear un sitio web bonito y no hacer nada más es como construir una casa bonita sin poner un camino para llegar. Después de poner su sitio web en línea, hay varias cosas que hacer para que los clientes entren para visitarlo:

- Publicidad en línea: En el internet hay algunos sitios web muy populares con un gran número de visitantes. Estos sitios web suelen vender espacio para que los negocios les coloquen pancartas virtuales. Cuando los espectadores seleccionan su anuncio, los lleva a su propio sitio web.
- Comercialización vía correo electrónico: Si tiene las direcciones de correo electrónico de posibles clientes, podría enviar correos electrónicos informándoles sobre el producto y sus promociones especiales de ventas. Además, puede incluir un enlace a su sitio web en el correo electrónico.

- **Redes sociales**

Las redes sociales se refieren a la interacción entre cualquier persona en el que crea, comparta y/o intercambie información e ideas en comunidades y redes virtuales. Ud. puede unirse a foros en línea o redes sociales para compartir su información, pero lo más importante sobre las redes sociales es que las personas hablen entre sí en línea sobre su negocio. Esto es mucho más poderoso que contarle sobre su negocio o producto. Ud. también puede crear vínculos a su sitio web en las plataformas de las redes sociales.



ACTIVIDAD 16

1. ¿Cuáles redes sociales y sitios web comunitarios conoce?

.....

.....

.....

2. ¿Cuáles de éstos tienen a muchos de sus clientes meta como miembros?

.....

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

RESUMEN



La cuarta "P" de la comercialización es **promoción**. Promoción significa informar y atraer al mercado para que compre sus productos.

Use promociones, venda más de su producto y aumente sus ganancias con:

- Publicidad.
- Promociones de ventas.
- Obtener publicidad.
- Hacer comercialización digital.

Utilice la **publicidad** para que los clientes se interesen más en comprar su producto. Algunas formas útiles para hacer publicidad:

- Crear su identidad de negocio básica con tarjetas de presentación, rótulos, menús, listas de precio, folletos, álbumes de fotos, etc.
- Utilice herramientas que no sean caras, como tableros, carteles, brochures, hojas volantes, folletos.
- Seleccione artículos promocionales con sabiduría.

Otros medios como la televisión, periódico y radio suelen ser demasiado caros para un negocio pequeño.

Use las **promociones de ventas** para que los clientes compren más cuando entren a su tienda con:

- Buenas exhibiciones.
- Dejar que los clientes prueben los productos nuevos.
- Hacer sorteos.
- Dar demostraciones.
- Poner a la par los productos que van juntos.

La **publicidad** es la promoción gratuita. Por ejemplo, una buena historia sobre su negocio en un periódico o en la radio le da buena publicidad.

La **comercialización digital** se refiere al uso del Internet para comunicar a clientes potenciales sobre su negocio. Si muchos de sus clientes tienen acceso al internet, es una forma poderosa y de bajo costo para promover su producto.

Al crear su propio **sitio web**, Ud. puede proporcionar mucha información sobre su negocio. Sin embargo, necesita además atraer atención a su sitio web al hacer **publicidad en línea y comercialización por correo electrónico**.

Los **medios sociales** le permiten interactuar con sus clientes meta en comunidades y redes virtuales. Las noticias buenas y malas sobre su negocio pueden diseminarse muy rápido en este canal.

LIVEWORKSHEETS



EVALUACIÓN 6

Acaba de finalizar la Parte VI de este manual. Realice el ejercicio a continuación para verificar su comprensión. Termine el ejercicio antes de comparar sus respuestas con las de la página 94.

Practique su lenguaje de negocios

En este relato faltan algunas palabras. Complete las oraciones seleccionando la palabra o palabras correctas de la lista a continuación:

Promoción(es)	Hojas volantes	Publicidad	Descuento por cantidad
Red social	Demostración	Anuncio	

1. La *Alfarería San Juan* es un nuevo negocio dirigido por mujeres en San Juan. El negocio está ubicado un poco lejos del centro empresarial donde el alquiler es más barato. Por tanto La *Alfarería San Juan* se debe enfocar en ..... para atraer clientes a la tienda.

2. Pusieron un pequeño ..... en el periódico local para informar a las personas sobre su negocio y que se interesen por llegar a comprar su producto. Además emplearon algunos estudiantes de una universidad cercana para distribuir .... a las personas que entren al centro empresarial San Juan.

3. Para el día de la ceremonia de apertura, habían invitado a personas importantes de la comunidad y periodistas de un periódico local. Saben que la buena ..... es como la promoción gratuita. Las mujeres de *La Alfarería San Juan* también se han unido a una popular ... . para educar a las personas sobre el arte de crear piezas de alfarería y para que conozcan de la existencia de *La Alfarería San Juan*.

4. Cuando los clientes llegan a La Alfarería San Juan pueden ver una ..... sobre cómo se hace artesanalmente una maceta sencilla. *La Alfarería San Juan* también ofrece un .... por una compra de más de $50. Esto les ayuda a aumentar sus ventas.

LIVEWORKSHEETS