



**Hábitat**  
para la Humanidad®  
Guatemala



**Promocionando  
Productos y  
Servicios Hábitat**

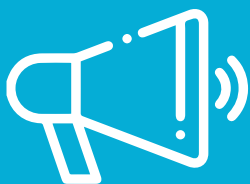


## ¿Qué es la Promoción?

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing, y se podría decir que es convertir algo desconocido en conocido o interesante para las personas.

## ¿Cuáles son los Objetivos específico de la promoción?

Informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal



## **Objetivo General de la promoción**

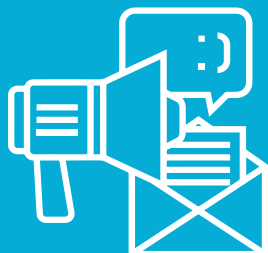
Influir en las actitudes y comportamientos del público objetivo a favor de los productos y de la organización o empresa que los ofrece.



## **Propósito de la Promoción**

El propósito esencial de la promoción es la de generar más ventas y ampliar la base de clientes en una organización o empresa.

A partir de un adecuado programa de promoción, se puede lograr dar a conocer un producto o servicio así como incrementar el consumo del mismo.



## **¿Qué incluye la promoción?**

La promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y los eventos y experiencias, para lograr los objetivos.

# Elementos de la promoción



**Publicidad:** Anuncios impresos, de radio y TV, empaque, insertos en el empaque, dibujos animados, folletos, carteles y volantes, directorios, reimpressiones de anuncios, anuncios espectaculares, letreros de exhibición, escaparates en puntos de venta, material audiovisual, símbolos y logotipos, videos.



**Promoción de ventas:** Concursos, juegos, sorteos, loterías, obsequios, muestras, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, cupones, devoluciones, financiamiento con tasa de interés baja, entretenimiento, programas de continuidad, acuerdos.



**Eventos y experiencias:** Eventos deportivos, entretenimiento, exposiciones artísticas, causas, visitas a las fábricas, actividades en la calle.



**Relaciones Públicas:** Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revista de la empresa.



**Venta Personal:** Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.



**Marketing Directo:** Catálogos, mensajes por correo y/o redes sociales, telemarketing, compras por internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz.



El conocer la existencia de todas éstas herramientas, nos ayuda a tener en cuenta que la promoción nos brinda un amplio abanico de opciones para informar, persuadir o recordar de forma creativa al público objetivo acerca de los productos que la empresa ofrece, pero, sin olvidar que el fin último es influir en sus actitudes y comportamientos para la satisfacción de necesidades y deseos, y NO para manipular a las personas a fin de que hagan algo que se desea en un momento dado.

## Para esto debemos tomar en cuenta.

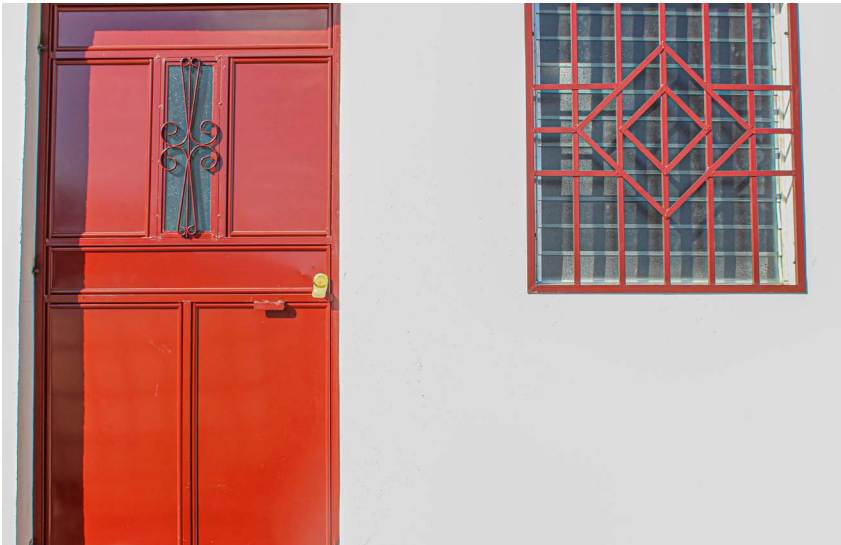
- Animar a los posibles compradores a buscar el producto o servicio que se les ofrece.
- Ganar la preferencia del cliente.

## Cómo lo vamos a lograr

- Compromiso
- Actitud
- Buena atención
- Calidad en servicios
- Calidad en productos
- Educación al cliente

Ahora bien, para poder vender una casa se requiere de conocimientos claros de lo que estamos promocionando, esto quiere decir que cada una de las personas que promociona no solo tiene que entregar volantes, sino también conocer su contenido, a quienes se está dirigiendo y que tanto sabe de lo que está ofreciendo.

Por tanto cada una de las personas involucradas deberá estudiar con anticipación lo que estará promocionando y los aspectos de mayor relevancia.







“

Esta claro que, al saber que es lo que se esta promocionando y el mensaje esta llegando al cliente; es más fácil que este quede satisfecho y pueda adquirir el producto que estamos ofreciendo.

Si es así tengamos seguridad de que nuestro producto se venderá de acuerdo a nuestros objetivos planteados.

”



empoderamos  
*con* **vivienda**