

# **Ventas Personales y Promoción de Ventas**

Elaborado por:

Marcelo Gonzalez  
Joaquin Mac Gregor  
Luis Mañueco  
Andrea Garcia  
Maria Andrea Fdz

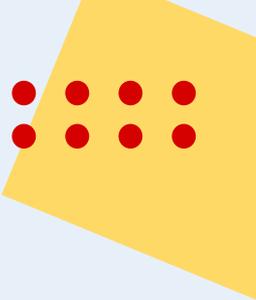


# Índice

1. [Objetivo](#)
2. [Publicidad nueva y marketing](#)
  - a. [¿Qué es la publicidad?](#)
    - i. [Características de la publicidad](#)
  - b. [¿Qué es el marketing?](#)
    - i. [Evolución del marketing y sus ramificaciones](#)
3. [Diferencias entre publicidad y marketing](#)
4. [Estrategias de promoción de ventas](#)
  - a. [12 estrategias de promoción para aumentar tus ventas](#)
5. [Ventas personales](#)
  - a. [Características de las ventas personales](#)
  - b. [Ventajas de las ventas personales](#)
  - c. [Desventajas de las ventas personales](#)
  - d. [¿En qué situaciones se sugiere usar las ventas personales?](#)
  - e. [Pasos en el proceso de ventas personales](#)
6. [Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas](#)
7. [Remuneración a los vendedores](#)
8. [Promoción de ventas](#)
  - a. [Principales Herramientas de Promoción de Ventas](#)
9. [Video de apoyo realizado por AG](#)
10. [Conclusiones](#)
11. [Referencias](#)

# Objetivo

Introducir al lector el tema de las ventas personales y la promoción de ventas por medio de un manual atractivo que le otorgue las aptitudes esenciales para desarrollarse en esta área.



**01**

# Publicidad nueva y marketing

# ¿Qué es la publicidad?

La **publicidad** es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.





# Características de la publicidad

## Lenguaje

Porque crea  
anuncios y  
transmite  
mensajes



## Logística

Porque  
administra  
distribución,  
medios y espacios



## Universalidad

Porque siempre  
tiene como objetivo  
llegarle a todos los  
miembros de un  
grupo  
preestablecido.



# Video complementario

Con este **video complementario** podrás aprender un poco más sobre la historia de la publicidad.



[https://www.youtube.com/watch?v=8f-rNQ25\\_lo](https://www.youtube.com/watch?v=8f-rNQ25_lo)

# ¿Qué es el marketing?

**Marketing** es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Con frecuencia, suele confundirse el término Marketing con otro tipo de acciones relacionadas con la publicidad. Sin embargo, el Marketing puede considerarse como el conjunto de acciones o los aspectos estratégicos que pueden desarrollarse de forma planificada y abarcar multitud de aplicaciones más allá de la simple publicidad.





# Evolución del Marketing y sus ramificaciones

A lo largo de los años, tanto el Marketing como su definición también han ido evolucionando, así como los procesos y estrategias que lo engloban también se han ido adaptando a los mercados y a las nuevas tendencias y hábitos de los consumidores. De hecho, figuras como la de **Philip Kotler** han contribuido a este avance, siendo considerado y reconocido en todo el mundo como la mayor autoridad mundial y "padre" del **"Marketing moderno"**. Ya el propio Kotler desde hace años, afirmaba de forma rotunda que el Marketing tal como lo conocemos hoy, estaba acabado y que sin duda, este debería que evolucionar a algo mucho más acorde con nuestros tiempos, en el que la inmediatez de la información y la segmentación total, han cambiado completamente nuestros hábitos de compra.

De hecho, en la era Internet, de los nuevos medios y de las redes sociales, y ante la imparable evolución de tecnologías como el Big data o la inteligencia artificial de nuestros días, el Marketing se está convirtiendo en una verdadera batalla más basada en la información que en el poder de las ventas, por lo que el Marketing se encuentra en un momento clave de cambios y evolución en el cual, sus pilares o principios están constantemente viéndose actualizados o redefinidos, así como las pautas y herramientas utilizadas para cualquier aplicación o estrategia.

# Evolución del Marketing y sus ramificaciones

El avance de estas nuevas tecnologías, ha sido vital para impulsar el nacimiento del denominado **Marketing digital** o **Marketing online**, pero en el ámbito estratégico, el marketing sigue gozando de una enorme amplitud de ramificaciones y segmentación en función de su aplicación y peculiaridades. Es por ello que podemos encontrarnos otros términos y definiciones como Social media Marketing, Marketing móvil, Email marketing, Marketing Directo, Performance Marketing, Marketing sensorial, Field Marketing o hasta el sorprendente y más avanzado Neuromarketing de nuestro tiempo. De forma general, todos ellos, mantienen el denominador común de satisfacer la necesidad de las empresas de llegar y cubrir las necesidades de los consumidores, así como fidelizar a los potenciales o propios clientes.



# Video complementario

Con este **video complementario** podrás aprender un poco más sobre el origen y la evolución del marketing.



<https://www.youtube.com/watch?v=iNjhxRqztX4>

# 02

## Diferencias entre publicidad y marketing



# Diferencias entre publicidad y marketing

Existe una confusión común entre marketing y publicidad. al final, las dos actividades tienen como objetivo vender un producto o servicio. Por lo tanto, ¿serían la misma cosa?

No, existe una diferencia. Para entender mejor, vamos a tomar un concepto tradicional del marketing: el Marketing Mix, también conocido como las 4Ps del marketing o la mezcla de mercadotecnia.

**Precio, plaza, producto y promoción** son los cuatro elementos básicos de una estrategia de marketing, y el equilibrio entre ellos hace que una marca se fortalezca junto a su público objetivo.



# Diferencias entre publicidad y marketing

En la **P de Precio**, debes pensar en los costos de la empresa y en las proyecciones de lucro, pero también en el perfil del público objetivo, que debe estar dispuesto a pagar aquel valor.

La **P de Plaza** se refiere a los locales donde ofreces tus productos, como la tienda física o virtual, así como también, se refiere a los canales de distribución y almacenamiento.

La **P de Producto** envuelve estrategias sobre los atributos tangibles (color, forma, empaque) e intangibles (calidad, reputación, estatus) del producto.

Pero es en la **P de Promoción** que queremos enfocarnos para este artículo, pues **es aquí donde entra la publicidad**.



# Diferencias entre publicidad y marketing

**Promoción** son todas las estrategias de divulgación del producto para alcanzar el público objetivo. La publicidad es una de ellas, pero también puede envolver acciones de asesorías de imprenta, relaciones públicas, patrocinios, entre otros.

Por lo tanto, **la publicidad es una herramienta del marketing**. Mientras que el marketing se preocupa por comprender el público objetivo y desarrollar estrategias para atenderlo, la publicidad se enfoca en alcanzarlo con una comunicación persuasiva.



# 03

## Estrategias de promoción de ventas



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

1. Promociónate en las redes sociales
2. Anima a comprar con vales descuento
3. Envía tu producto a bloggers y youtubers
4. Ofrece muestras gratis a tus compradores
5. Haz marketing con tu newsletter
6. Pon en marcha un concurso
7. Escribe un post invitado en otras páginas
8. Colabora con otros negocios
9. Realiza demostraciones o pequeños cursos gratis
10. Reparte tarjetas de visita
11. Crea marcapáginas promocionales
12. Mete publicidad en los buzones



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Promociónate en las redes sociales

Las redes sociales son **la herramienta perfecta de marketing** para el emprendedor del siglo XXI.

**Abrir una cuenta en una red social no te costará nada**, y conseguirás llegar a cientos e incluso miles de clientes potenciales. Pero debes saber cómo usarlas de forma efectiva.

Para promocionar un producto o un negocio en las redes sociales **no basta con crear un perfil y esperar a que lleguen los fans**.

- **Crea un perfil en un máximo de 3 redes sociales** (Facebook es casi obligatorio, y también sería buena idea en Twitter e Instagram)
- **No publiques un simple enlace a tus productos** o tu negocio: acompáñalo de un texto atractivo que haga que tus fans quieran pinchar en él
- Comparte también **publicaciones de otras páginas** con contenido interesante
- **Muestra información** que haga que tus fans se interesen por tu producto o negocio (por ejemplo, fotos de cómo se crean tus productos, vídeos usando tus artículos)
- **Contesta SIEMPRE a las preguntas o comentarios** que tus seguidores te dejen
- **Crea concursos o eventos** divertidos con los que tus fans puedan interactuar
- **Publica contenido interesante** (frases motivadoras, fotos sorprendentes) para que los usuarios lo compartan y así llegar a más personas



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Anima a comprar con vales descuento

Un vale descuento es una herramienta que te puede hacer no sólo conseguir más ventas, sino **fidelizar clientes** también.

El secreto para que esta estrategia de promoción funcione es **limitar el tiempo en el que puede ser usado** este descuento (por ejemplo, un descuento que dure sólo 5 días), y que sólo lo puedan utilizar un número pequeño de personas.

Así **crearás en el cliente una sensación de exclusividad** (sólo él o ella lo pueden usar) **y de urgencia**.

## Envía tu producto a bloggers y youtubers

Este es un método que tanto grandes como pequeñas empresas utilizan porque **los resultados son muy buenos y apenas cuestan dinero**.

Consiste en localizar blogs con buenas visitas y popularidad, pero relacionados con tu negocio, y **contactar con los bloggers para enviarles tu producto gratis** a cambio de que hablen de ello a sus lectores.

Si tienes una tienda de ropa, **busca blogs** de moda y belleza para enviarles una camiseta, una falda o un vestido.

Si vendes apps para el celular, **busca canales de YouTube** en los que hablen de tecnología o videojuegos y dales acceso **gratis a tu app** para que se la muestren a su público.



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Ofrece muestras gratis a tus compradores

No hay mejor forma de atraer clientes y que te compren una y otra vez que **permitiéndoles que prueben primero tus productos**.

Es verdad que no todos los negocios pueden hacer esto (una tienda de informática no puede dar una computadora como muestra); pero si tu mercancía lo permite, **dar una muestra** de ella es una excelente estrategia de promoción.

**Las muestras gratis puedes darlas en tu misma tienda física** cuando una persona haga una compra – así el cliente se sentirá especial y volverá a comprarte – o repartir muestras a domicilio en los buzones de las casas.

## Haz marketing con tu newsletter

Si tienes una tienda online, o has creado una página web para tu negocio físico, es buena idea que hagas **un boletín de noticias o newsletter** para mantener a tus compradores y futuros clientes informados de tus novedades o promociones.

Así podrás publicitarte mejor y **conseguir más clientes que se interesen** en aquello que vendes.



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Pon en marcha un concurso

¿A quién no le gustan las cosas gratis? **Poner en marcha un concurso en el que el premio sea uno de tus productos o servicios** puede ayudarte mucho a promocionarte y conseguir popularidad para tu negocio.

No sólo lograrás darte a conocer, también **crearás curiosidad por lo que vendes** en las personas que participen.

El mejor método para arrancar un concurso es hacerlo en las redes sociales.

En Facebook pide a tus fans que para participar **compartan en sus perfiles tu publicación** en la que aparezca la foto de tu producto y el un enlace a tu página web.

Quizás estés pensando que con esta estrategia de promoción tendrás que enviar un producto gratis; pero esa acción te ayudará a darlo a conocer, y el ganador del premio **hablará de su recompensa a sus amigos y familiares**, y en su blog o canal de YouTube si tiene uno.

El resto de concursantes descubrirán qué es lo que vendes, cuál es tu tienda online, página web, o dirección de tu negocio, y seguramente **se interesaron por tus productos y harán una compra.**



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Escribe un post invitado en otras páginas

Escribir un post invitado en otras páginas web o blogs de tu sector te ayudará a **darte a conocer a posibles clientes** y expandir la presencia de tu negocio.

Esta estrategia de promoción **es similar a la de enviar un producto gratis a bloggers y youtubers**, sólo que aquí, a cambio de un poco de publicidad, lo que darás es un artículo para que sea publicado.

En este artículo puedes escribir sobre un tema importante y, de forma sutil, **promocionar tu producto** para que las personas que lo lean se interesen por él.

## Colabora con otros negocios

Una buena idea es **buscar otros negocios que no sean tu competencia directa**, pero que tengan clientes en común contigo, y colaborar así con ellos para mandaros los clientes del otro.

Por ejemplo, si tienes una tienda de celulares puedes aliarte con un negocio de computadoras.

Cuando alguien vaya a comprarte, háblale de la tienda de computadoras y **dale un descuento para ese negocio**, y haz que la tienda de computadoras haga lo mismo con sus clientes.

Esta es una excelente forma de promocionarte, conseguir ser más conocido, y de lograr **aumentar tu cartera de clientes ayudando a otros emprendedores** como tú.



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Realiza demostraciones o pequeños cursos gratis

**Ofrecer demostraciones gratis** de tus productos en tu negocio es otra buena forma de atraer la atención de tus clientes para dar a conocer tu pequeña empresa.

No sólo lograrás despertar su curiosidad en tu mercancía, sino que también harás que **las ganas de comprarla aumenten** cuando vean los beneficios que les pueden proporcionar.

Una vía para hacer esto es **ofrecer pequeños cursos** que no duren más de dos horas en el que enseñes a utilizar ese artículo.

Realiza las demostraciones **en días que tengas más clientes** en tu negocio para que vean la prueba más personas.

La gran compañía **Apple utiliza a menudo este método** y han verificado que es una gran manera para aumentar sus ventas.

**Ellos suelen hacer pequeños talleres cada cierto tiempo** (3 meses, 6 meses) que sólo duran un par de horas una tarde, y muestran el funcionamiento del nuevo iPad, el nuevo iPhone, o cualquier otro accesorio que acaban de lanzar al mercado.



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Reparte tarjetas de visita

**Imprimir algunas tarjetas de visita no te costará mucho dinero** y puedes lograr una buena impresión profesional con ellas dándoselas a personas que puedan promocionar tu negocio.

**Crea tarjetas en las que se incluya el logo de tu negocio**, un pequeño eslogan o frase que describa lo que vendes, tu correo electrónico, número de teléfono, dirección de tu local o de tu página web.

No te cortes: **da estas tarjetas a todo aquel que pueda hacerte publicidad** – amigos y familiares que las repartan entre sus conocidos, o incluso clientes para que se acuerden de ti o se las den a otras personas -.

Habla con dueños de establecimientos que no sean tu competencia y pídeles **si puedes dejarlas allí para que sus clientes se las lleven...**



# 12 Estrategias de promoción para aumentar tus ventas

## Crea marcapáginas promocionales

Crea un **marcapáginas** divertido **con el enlace a tu web** o blog, la dirección de tu local, el nombre de tu marca, y ve a la biblioteca pública de tu ciudad.

Pregúntale al bibliotecario **si puedes dejar algunos marcapáginas** allí para que la gente los coja. O si éste puede dar uno de tus marcapáginas a todo aquel que se lleve un libro prestado.

Inevitablemente, los lectores de esos libros **lo verán** y seguro que muchos de ellos, aunque sólo sea por curiosidad, **entrarán a tu página web o visitarán tu tienda física** y se interesan por tus servicios o artículos.

## Mete publicidad en los buzones

Esta última estrategia de promoción **es la más tradicional y más conocida por todos**.

Consiste en crear algunos folletos o publicidades anunciando tu negocio, y **metiendo estos papeles en los buzones de las casas cercanas** a tu establecimiento.

Si **tienes poco presupuesto, imprime tú mismo estos volantes**; pero si tienes un poco de dinero, puedes diseñar una bonita **publicidad** para que la impriman en alguna imprenta cercana donde no te cobren mucho.

**Es mejor que utilices este método para una tienda o negocio físico**, y que repartas la publicidad en las casas cercanas a donde se encuentre tu local.

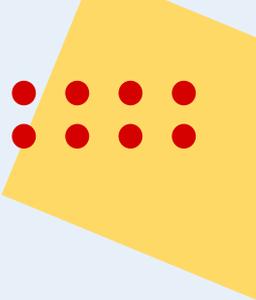


# Video complementario

Con este **video complementario** te apoyamos con otros siete tips para incrementar las ventas en tu negocio.



<https://www.youtube.com/watch?v=lqCEQZb6DzA>



**04**

# **Ventas personales**

# Ventas personales

Son una de las **herramientas más importantes de la promoción** (las otras son la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas) porque permiten una relación directa con los clientes actuales y potenciales, y además, porque tienen la capacidad de generar ventas directas.



# Características de las ventas personales

**Las promociones de venta estimulan la demanda:** si tienes un restaurante (o cualquier tipo de retail) nuevo, deberías dar incentivos para que la gente vaya a tu punto de venta y te conozcan, y si tienen una buena experiencia, eventualmente volverán.

**Son por tiempo limitado:** algunos minoristas asocian los descuentos con competir con precios bajos. Recuerda que, por definición, una promoción de ventas tiene un límite de tiempo establecido, lo suficiente como para hacer que las personas prueben un nuevo producto y cambien aunque sea temporalmente sus hábitos de consumo.



# Características de las ventas personales

**Son racionales y emocionales:** un descuento es un argumento racional para la compra. Aquí la comunicación y la creatividad juegan un papel importante, porque le das a tu público razones no sólo racionales sino emocionales para probar tus productos.

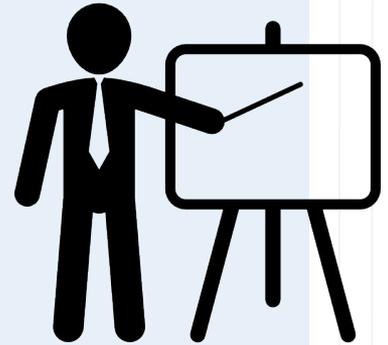
**Generan resultados en el corto plazo:** para hacer que la gente vaya a tu punto de venta tienes dos rutas: tener una marca reconocida que las personas asocian de forma positiva. Es decir, ya te conocen y te perciben como una excelente alternativa, lo que genera recompra y nuevos clientes a través de voz a voz.



# Ventajas de las ventas personales

Las **ventas personales** ofrecen varias ventajas sobre las otras formas de promoción. Entre ellas, tenemos:

- Se prestan para llevar a cabo una explicación o demostración detallada del producto. Por ejemplo, cuando los productos o servicios son complejos, nuevos o tienen características que requieren explicaciones detalladas, demostraciones o asesoramiento especializado.



# Ventajas de las ventas personales

- El mensaje de ventas se ajusta de acuerdo con las motivaciones e interés de cada cliente potencial. Por tanto, y a diferencia de la publicidad y las promociones de ventas, permite relacionar los beneficios de los productos y servicios con las necesidades y deseos de los clientes, y por otra parte, permite resolver objeciones al instante y efectuar el cierre de ventas.
- Posibilitan "dirigir" los esfuerzos hacia "candidatos" calificados.



# Ventajas de las ventas personales

- Permiten cultivar y mantener relaciones duraderas con los clientes, por ejemplo, al escucharlos, evaluar sus necesidades y coadyuvar en la organización de los esfuerzos de la empresa para resolver sus problemas o satisfacer sus necesidades.
- Sus costos (comisiones, incentivos, premios, viáticos, transporte, sueldos, etc...) son más fáciles de ajustar y medir (con relación a los resultados que se obtienen) que los costos de la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas.
- Y, posiblemente la ventaja más importante es que las *ventas personales* son mucho más efectivas que otras formas de promoción para obtener una venta y conseguir un cliente satisfecho.



# Desventajas de las ventas personales

- Es una herramienta de promoción con un alto coste.
- No permite llegar a un alto número de clientes al mismo tiempo.
- Normalmente, exige de un compromiso a largo plazo.

Resulta de suma importancia **planear cuidadosamente la táctica de dicha venta**;  
para ello se debe:

1. Analizar la actividad del cliente
2. Analizar la publicidad
3. Revisar el tipo de actividad
4. Identificar el target
5. Preparar un plan de acción



# ¿En qué situaciones se sugiere usar las ventas personales?

Las **ventas personales** son especialmente útiles en los siguientes casos:

- Cuando el producto o servicio es complejo o nuevo, por tanto, los clientes requieren de una explicación detallada o de una demostración. Por ejemplo, pólizas de seguros, autos, electrodomésticos, etc...



# ¿En qué situaciones se sugiere usar las ventas personales?

- Cuando el precio del producto o servicio justifica el costo que implica mantener una fuerza de ventas (comisiones, incentivos, sueldos, viáticos, transporte, etc.).
- Cuando el número de clientes actuales y potenciales "calificados" es razonable como para ser atendido de manera personal por una fuerza de ventas.
- Cuando la venta del producto o servicio requiere que el cliente llene un formulario de pedido o que firme un contrato de compra.

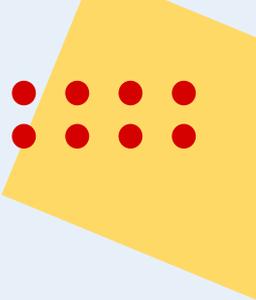


# Pasos en el proceso de ventas personales

Calificar prospectos implica identificar a los adecuados y descartar a los inadecuados al examinar:

1. **Capacidad Financiera**
2. **Volumen de Ventas**
3. **Necesidades Especiales**
4. **Ubicación**
5. **Posibilidades de Crecimiento**





**05**

# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

# 2X1

## Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

**Rebajas en porcentaje o precio de venta:** Este es el tipo de descuento más común. Consiste en entregar un porcentaje de rebaja sobre el precio del producto como 25% de Dcto o un valor como “ahorra 40 USD.” Estos descuentos se pueden hacer principalmente para productos nuevos en el mercado para que el mercado los conozca y posteriormente, después de ver su valor, estén dispuestos a pagar el precio real por ellos.

**2X1:** El tipo promoción de descuento de paga 1 y lleva 2 ayuda a estimular la compra de más de un comprador. Por ejemplo, si un restaurante hace una promoción 2x1, lo más probable es que un cliente vaya acompañado de un amigo o un familiar, incrementando la exposición de los productos; son dos personas las que conocen tu producto y no solo una, a diferencia de un descuento del 50%, que se limita a que un solo cliente obtenga el beneficio.



50%  
DE DESCUENTO

# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

**Descuentos de cantidad:** Incentivan a los compradores a aumentar el valor de sus compras. Por ejemplo, por la compra de 4, lleva el 5to completamente gratis. Esta es una excelente táctica cuando el objetivo de un punto de venta es aumentar el ticket promedio, o el valor promedio por transacción.

**Descuento por nombres:** Una forma “creativa” de llamar la atención de nuevos clientes potenciales es con una promoción dirigida a personas con nombres específicos, dándole un carácter personal a la promoción. Este tipo de ofertas tiene potencial para viralizarse en redes sociales porque invitas a tus seguidores a etiquetar a tus amigos que tengan el nombre que cubran la promoción.

**Descuentos por edad:** La idea de la segmentación de mercados es que todos tus esfuerzos de marketing se dirijan al tipo de público que definas. Y sería muy ideal lanzar una promoción especificando la edad exacta a la que quieres dirigirte, haciendo una oferta a especial a personas con cierta edad.





# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

**Freeshipping:** El free shipping (envío gratuito, en inglés) es una de las tácticas más populares debido a su efectividad: el cliente pagará únicamente el valor del producto, sin incurrir en gastos de envío. Esta táctica es comúnmente utilizada como una forma de aumentar el ticket promedio de la compra, porque consiste en ofrecer este incentivo a clientes que superen un volumen de ventas determinado.

**Facilidades de pago:** Ofrecer la oportunidad a tu cliente de llevar tu producto sin pagarlo completamente permite fidelizar clientes. Las marcas que permiten este tipo de beneficios aumentan la lealtad: si aumentas los cupos de crédito para un cliente, es más probable que en el futuro inmediato destine su presupuesto a tu marca y no a la competencia.

**Garantía de satisfacción al 100%:** La incertidumbre es una de las grandes barreras que tiene un cliente antes de realizar una compra, en especial si esta requiere de un gran compromiso, como es la compra de bienes durables como carros y electrodomésticos. Cuando hay incertidumbre, el problema no es el precio, sino el hecho de no saber si un producto cumplirá o no su promesa de valor.





# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

**Garantía extendida:** La garantía extendida permite generar una mayor percepción de calidad. En psicología del consumidor se habla del efecto Halo, la generalización a partir de un estímulo o característica particular. Por ejemplo, si un producto es chino, es comúnmente asociado con mala calidad, y ocurre lo opuesto con productos de origen alemán, japonés o estadounidense.

**Fechas especiales:** David Gómez, uno de los bloggers de marketing de habla hispana más reconocidos, hace énfasis en que las empresas no deben competir con precio, sino con ser diferentes y sin duda, uno de los mayores diferenciales son las relaciones humanas. Me pareció muy preciso y útil un artículo que publicó llamado 15 oportunidades para agradecer a los clientes, donde destaca las fechas importantes como los cumpleaños para recordarle al cliente lo agradecido que estás porque te haya elegido.

**2X1 semanales:** Este tipo de promociones consiste en entregar una promoción de pague 1 y lleve 2 en un día específico de la semana. Generalmente se da con una o pocas líneas de producto: las que tengan menor rotación o las que representen un mayor margen de utilidad.





# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

Algunas de las razones más comunes para realizar estas promociones es **generar tráfico** en los días de la semana con menor flujo de personas (e.g. martes y jueves). También, para aumentar el consumo de nuevos productos e incentivar los productos de baja rotación pero con alto margen de utilidad.

**Cupones:** Un cupón es una herramienta de marketing que le permite a un cliente canjear por un beneficio como descuentos o regalos. Hoy puedes encontrar software para crear cupones digitales, evitando necesidad de imprimirlos, haciendo mucho más fácil su manejo y eliminando costos de impresión; puedes utilizar Canva para diseñarlos, Smart Coupons para generarlos en tu tienda en línea o crear banners, emails y popups para promocionarlos con Mailerlite y Doppler.

**¿Para qué utilizar cupones?** Uno de los mejores usos que he visto es para la generación de suscriptores: personas que reciben un cupón de descuento a cambio de su información de contacto (email, teléfono y redes sociales) con el fin de generar más canales de comunicación, como envíos de SMS, remarketing, Facebook Messenger y un newsletter.





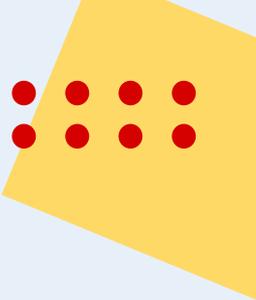
# Ejemplos y tipos de promociones de ventas creativas

**Aniversario de la marca:** Celebrar los aniversarios de tu empresa con promociones y obsequios ayuda a comunicar efectivamente los cambios y mejoras que realices, como los lanzamientos de nuevos productos, además de demostrar mayor trayectoria y confianza para el consumidor final.

**Empaquetamiento de productos:** Como hemos hecho énfasis antes, vender más significa atraer más tráfico, aumentar la tasa de conversión o incrementar el ticket promedio. Para el último, hay una estrategia llamada empaquetamiento de productos que consiste en que una marca agrupa productos para vender juntos en un solo “paquete.” Como ejemplo, Colgate a veces añade un cepillo de dientes a su crema dental para venderlos juntos con una promoción especial.

**Sorteos:** Los sorteos permiten a una marca incrementar el número de interacciones que los clientes tienen con una marca. En redes sociales, podemos medir ese número de interacciones por medio de acciones como los likes, shares, clicks, etiquetas y reviews.





**06**

# Remuneración de los vendedores

# Remuneración de Los Vendedores

Esta Integrada Por:

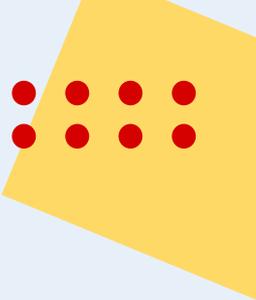
CANTIDAD  
FIJA

CANTIDAD  
VARIABLE

GASTOS

PRESTACIONES





**07**

# Promoción de Ventas

# Principales Herramientas de Promoción de Ventas





# Video de apoyo realizado por AG

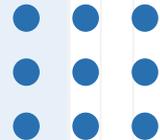
Con este **video de apoyo**  
**realizado por AG** podrás

<https://youtu.be/Xw8ImDyXxjl>



# Material EXTRA: Clase completa sobre Marketing

<https://www.youtube.com/watch?v=iHaxFWiW9v8>



# Conclusiones

A partir de este manual el lector logró obtener aprendizajes en los temas esenciales para desarrollar ventas personales y promoción de ventas, estos en temas de publicidad, marketing, estrategias de promoción de ventas y ventas personales.



# Referencias

- RockContent. (2019). ¿Qué es la publicidad? Recuperado el 23/10/2020 de <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/#:~:text=La%20publicidad%20es%20una%20estrategia.empresa%20e%20incentivarlo%20a%20comprar.>
- PuroMarketing. (2020). ¿Qué es el marketing? Recuperado el 23/10/2020 de <https://www.puromarketing.com/pagina/marketing>
- Castillo, J. (2020). 12 estrategias de promoción para aumentar tus ventas. Recuperado el 23/10/2020 de <https://gananci.org/estrategias-de-promocion/>
- PorterMetrics. (2017). 19 ejemplos de promociones de ventas exitosos para 2019. Recuperado el 20/10/2020 de <https://portermetrics.com/blog/ejemplos-de-promociones-de-ventas-2018/>
- Dircomfidencial. (2020). Ventas personales. Recuperado el 20/10/2020 de <https://dircomfidencial.com/diccionario/venta-personal-20161008-1613/>
- PromoNegocios. (2006). Las Ventas Personales. Recuperado el 20/10/2020 de <https://www.promonegocios.net/venta/ventas-personales.html#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%20las%20ventas,la%20capacidad%20de%20generar%20ventas>
- Marketing XXI.(2020). Remuneración de los vendedores. Recuperado el 20/10/2020 de <https://www.marketing-xxi.com/politica-motivacion-remuneracion-vendedores.html#:~:text=Denominamos%20remuneraci%C3%B3n%20a%20los%20ingresos.%2C%20responsabilidad%2C%20desplazamientos%2C%20etc.>