Técnico em Vendas

Merchandising no PDV

PROFESSOR: FERNANDO GALVÃO

CONTEÚDO: COMUNICAÇÃO DE MARKETING

DATA: 05.09.2018

ATIVIDADE

LOADING... OUVIDORIAS

1) PESQUISAR DOIS EXEMPLOS (CITANDO A EMPRESA E O MERCADO EM QUE ATUA) DE PRÁTICAS DE:

A) MARKETING DE RELACIONAMENTO;

B) MARKETING INTERNO

PROMOÇÃO

Comunicação de Marketing

PROMOÇÃO → C

Motivação da mudança

- A necessidade de integrar os objetivos, as estratégias, as ferramentas numa "política" de Comunicação de Marketing;

- A "comunicação de marketing" tem como objetivo informar, convencer e persuadir (chamada para ação), do consumidor para produtos e serviços;

- A comparação é como se a comunicação fosse a voz que dialoga com o mercado;

Contexto

- Essa necessidade vem da intensificação da concorrência e a busca por se diferenciar, atrair a atenção e construir relacionamentos de longo prazo;

- A Comunicação de Marketing conecta a marca a pessoas, eventos, experiências, objetos;

Contexto

- A ideia é posicionar a marca na memória das pessoas;
- Uma forma de estabelecer e manter comunicação com público-alvo;

Promoção de Vendas

- Foco é trabalhar o consumidor gerando incentivos para a compra do que focar em anúncios, vts, cartazes que não geram resultados;

- Promover vendas é criar ou induzir compras aumentando a demanda pelo produto ou serviço e gerando rotatividade do estoque ou de contratos;