

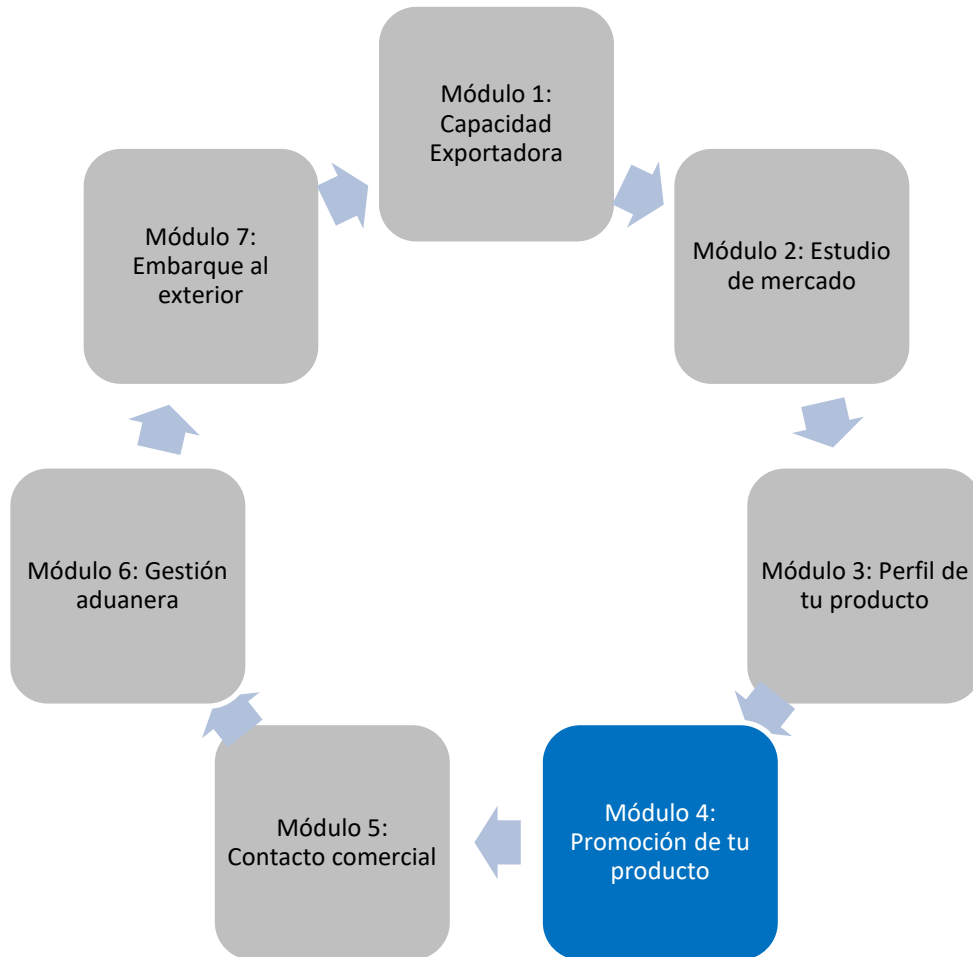


Módulo 4: Promoción de tu producto

Tema “El plan de promoción comercial”

El plan de promoción comercial

¿Dónde nos encontramos en el curso?



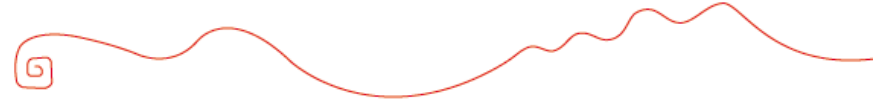
Módulo 4: Promoción de tu producto

Tema 3. El plan de promoción comercial

1. Objetivos y estrategias del plan

2. ¿Cómo identificar compradores internacionales además de las ferias y misiones comerciales?

El plan de promoción comercial



Objetivo general

Este tema te permitirá identificar los conceptos fundamentales asociados al plan de promoción comercial, sus objetivos, estrategias y principales herramientas.

Objetivos específicos de aprendizaje

- Reconocer la importancia de los objetivos del plan de promoción comercial y las estrategias.
- Identificar las principales fuentes de información: bases de datos y redes empresariales de contactos comerciales.

El plan de promoción comercial

Objetivos fundamentales del plan de promoción comercial

Informar

- "El producto más útil fracasa si nadie sabe de su existencia"
- Más allá de tener conciencia del producto, los consumidores deben entender qué beneficios proporciona, cómo funciona y cómo obtenerlo.

Persuadir

- En una economía con oferta abundante de productos, los consumidores disponen de muchas alternativas para satisfacer, incluso, sus necesidades básicas. En consecuencia, la promoción persuasiva es esencial.

Recordar

- Se debe recordar a los consumidores sobre la disponibilidad de un producto y su potencial para satisfacer.
- Dada la intensa competencia para atraer la atención de los consumidores, hasta una empresa establecida debe recordar constantemente a la gente su marca para conservar un lugar en sus mentes.

El plan de promoción comercial

Objetivos específicos del plan de promoción comercial

1. Generar conciencia (hacer que los compradores sepan que el producto o la marca existen).

2. Generar conocimiento (conciencia del producto para entender sus características).

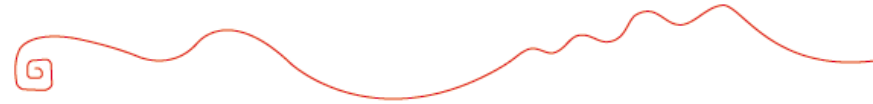
3. Generar agrado (lo que el mercado siente por el producto).

4. Crear preferencia (distinguirse entre marcas).

5. Convicción (acrecentar la necesidad del comprador).

6. Compra (obtener compras de repetición o a crear lealtad entre clientes).

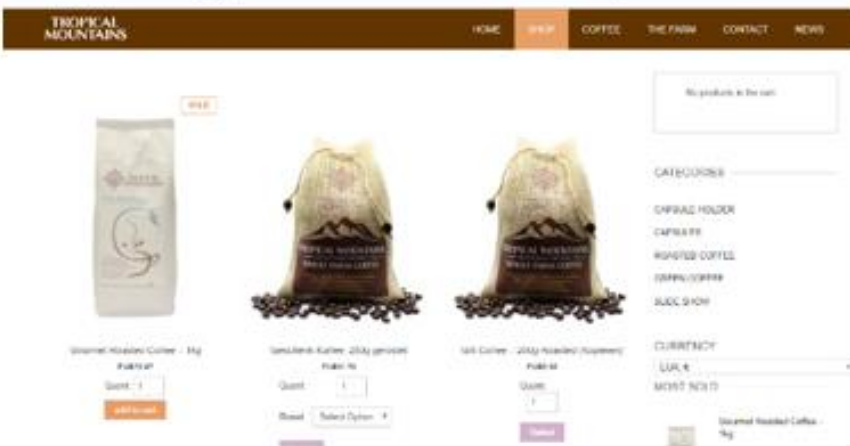
El plan de promoción comercial



La estrategia de promoción comercial varía de acuerdo a la naturaleza del producto

Café orgánico tostado – Suiza

(estrategia de atracción gracias a sus atributos, a través de marketing directo y ventas personales como tienda virtual y física especializada en café y productos relacionados)



Café orgánico verde – Suiza

(estrategia de empuje gracias a la calidad y precio, a través de actividades de promoción comercial como ferias, congresos y concursos)





¿Cómo identificar compradores internacionales además de las ferias y misiones comerciales?

Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX)



Directorios y plataformas especializadas



Redes empresariales



El plan de promoción comercial

Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX)

América del Norte:

- Houston, Estados Unidos
- Los Ángeles, Estados Unidos
- México D.F., México
- Miami, Estados Unidos
- Nueva York, Estados Unidos
- Toronto, Canadá

América Central:

- Ciudad de Panamá, Panamá
- Santo Domingo, República Dominicana

América del Sur:

- Bogotá, Colombia
- Buenos Aires, Argentina
- Quito, Ecuador
- La Paz, Bolivia
- Santiago de Chile, Chile
- São Paulo, Brasil

Europa:

- Bruselas, Bélgica
- Estambul, Turquía
- Hamburgo, Alemania
- Londres, Reino Unido
- Madrid, España
- Milán, Italia
- Moscú, Rusia
- París, Francia
- Rotterdam, Países Bajos (Holanda)

África:

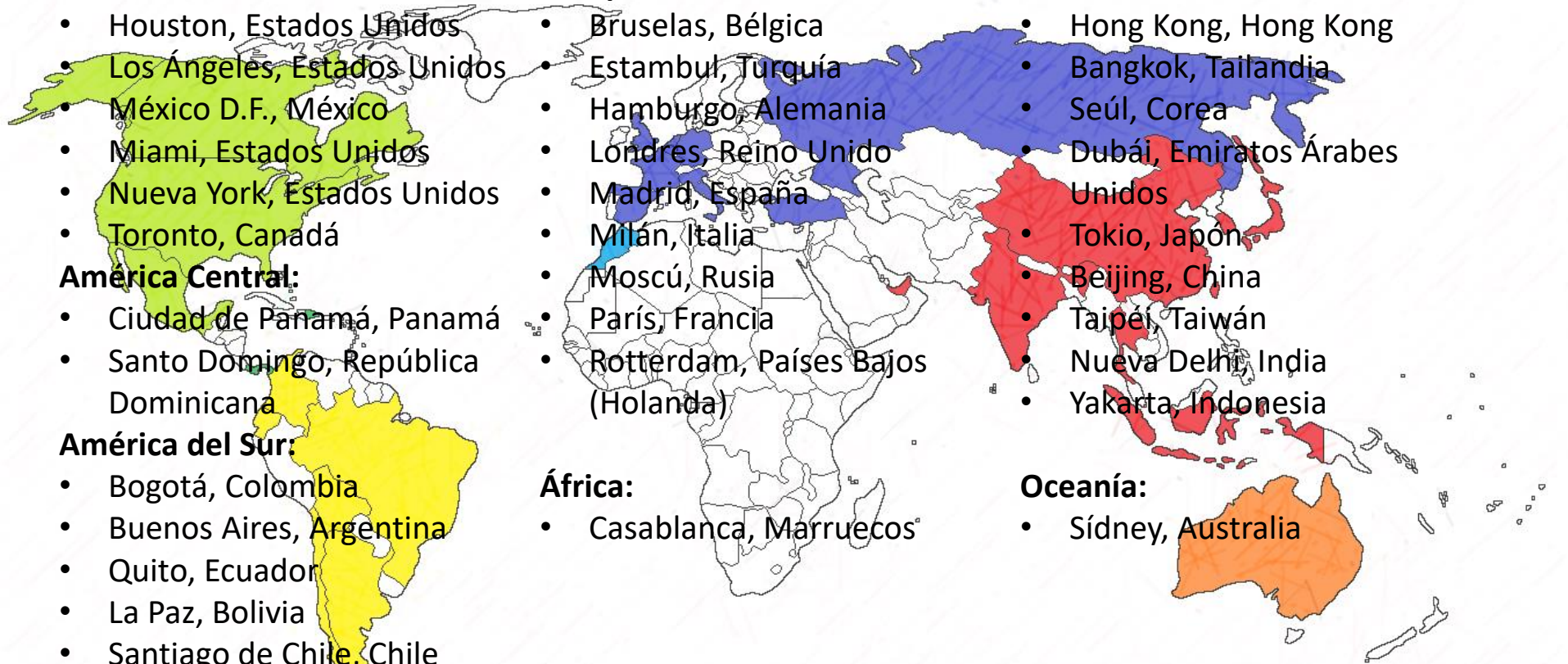
- Casablanca, Marruecos

Asia:

- Hong Kong, Hong Kong
- Bangkok, Tailandia
- Seúl, Corea
- Dubái, Emiratos Árabes Unidos
- Tokio, Japón
- Beijing, China
- Taipéi, Taiwán
- Nueva Delhi, India
- Yakarta, Indonesia

Oceanía:

- Sídney, Australia



El plan de promoción comercial



Directorios y plataformas especializadas

	<p>Kompas: Plataforma en línea que ofrece información (directorios) de más de 10 millones de empresas en más de 60 países.</p>
	<p>Hoovers: Plataforma en línea que ofrece bases de datos y reportes de empresas y sectores de más de 85 millones de empresas.</p>
	<p>Produce Market Guide (PMG): Plataforma en línea que ofrece información de productos básicos, análisis de datos y directorios de empresas de la industria de frutas y vegetales frescas.</p>
	<p>Piers: Plataforma en línea de S&P Global que ofrece información de las empresas que realizan envíos comerciales de Estados Unidos y todo el mundo,</p>
	<p>CESCE: Plataforma en línea que brinda información (directorios) de más de 2 millones de empresas en España y más de 200 millones de empresas en el mundo.</p>

El plan de promoción comercial

Redes empresariales



[Sociedad de Comercio Exterior del Perú \(COMEXPERU\)](#). Base de datos sobre importaciones y exportaciones por empresas, sectores, países, productos.



[Asociación de Exportadores \(ADEX\)](#). Servicio ADEX Data Trade, que cuenta con información de demandas internacionales.



[Sociedad Nacional de Industrias \(SNI\)](#). Servicios de desarrollo de mercados.



[Cámara de Comercio de Lima \(CCL\)](#). Base de compradores internacionales de acuerdo a los requerimientos establecidos.

El plan de promoción comercial

Redes empresariales



Contáctanos

Plataforma de atención al exportador

Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima - Perú

WhatsApp (+51) 990060194

Aló Exportador (01) 604-5601 | 604-5602

Correo electrónico exportaciones@promperu.gob.pe

