

Presupuesto Promocional

Qué es un presupuesto?

- ◆ Es la presentación ordenada de los resultados previstos de un Plan, un Proyecto o una Estrategia.
- ◆ Esta definición hace una distinción entre la contabilidad tradicional y los presupuestos, en el sentido de que estos últimos están orientados hacia el futuro y no hacia el pasado, aún cuando en su función de control, el presupuesto para un período anterior pueda compararse con los resultados reales (pasados).

- ◆ Es el Presupuesto de mayor cuidado en su manejo por los gastos que ocasiona y su influencia en el gasto Financiero.

Se le considera como estimados proyectados que se origina durante todo el proceso de comercialización para asegurar la colocación y adquisición del mismo en los mercados de consumo.

Características:

www.rrhh-web.com

Determinación de los objetivos promocionales

- ◆ Se deben basar en un análisis profundo de la situación, en el que identifiquen problemas de marketing y promocionales que enfrentan la compañía o marca.
- ◆ Los objetivos se derivan del plan de marketing general de la empresa a partir de sus objetivos de marketing.

Comparación de los objetivos de marketing y de comunicaciones

- ◆ Objetivos de marketing
- ◆ Son declaraciones de lo que debe lograrse con el plan de MK general en un período determinado.
- ◆ Objetivos de comunicación de Marketing Integrado CMI
- ◆ Son declaraciones de los propósitos deseables de los diversos aspectos del programa de CMI.

www.rrhh-web.com

Objetivo de MK

- ◆ Son cuantificables, realistas y alcanzables:
- ◆ Fabricante de fotocopiadoras
 - Incrementar al 10% las ventas en el segmento de pequeñas empresas de mercado, durante los próximos 12 meses.

www.rrhh-web.com

Objetivo de CMI (comunicación de marketing integrado)

- ◆ Son declaraciones de los propósitos deseables de los diversos aspectos del programa de CMI.
- ◆ Deben basarse en tareas de comunicación específicas, necesarias para comunicar los mensajes adecuados al auditorio objetivo.
- ◆ El plan de marketing sirve de guía.

Objetivos de ventas

- ◆ Asumen la posición de que la única razón para que la empresa gaste publicidad y promoción es vender su producto o servicio.
- ◆ Las erogaciones promocionales representan una inversión de los valiosos recursos de la empresa.

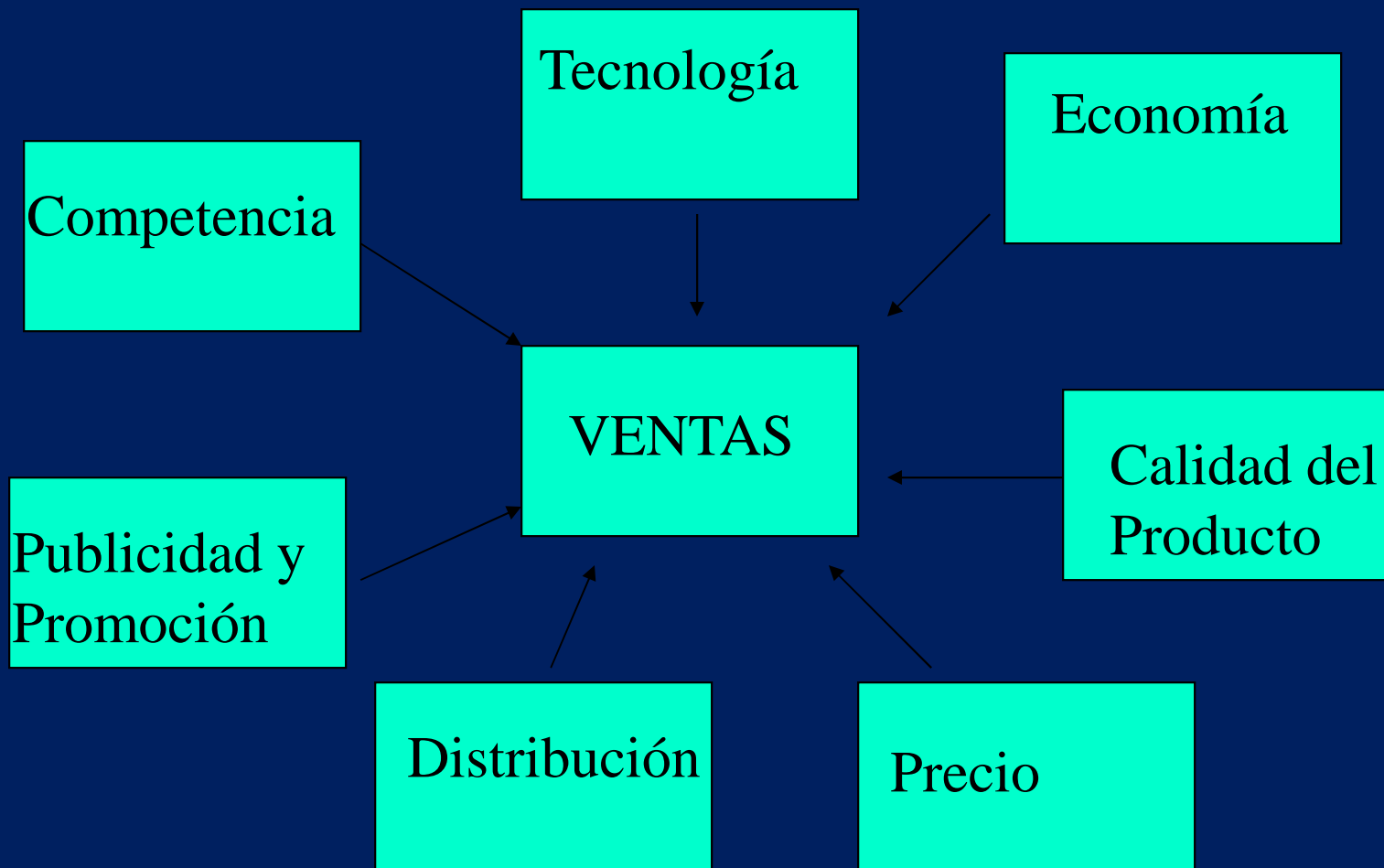


www.rrhh-web.com

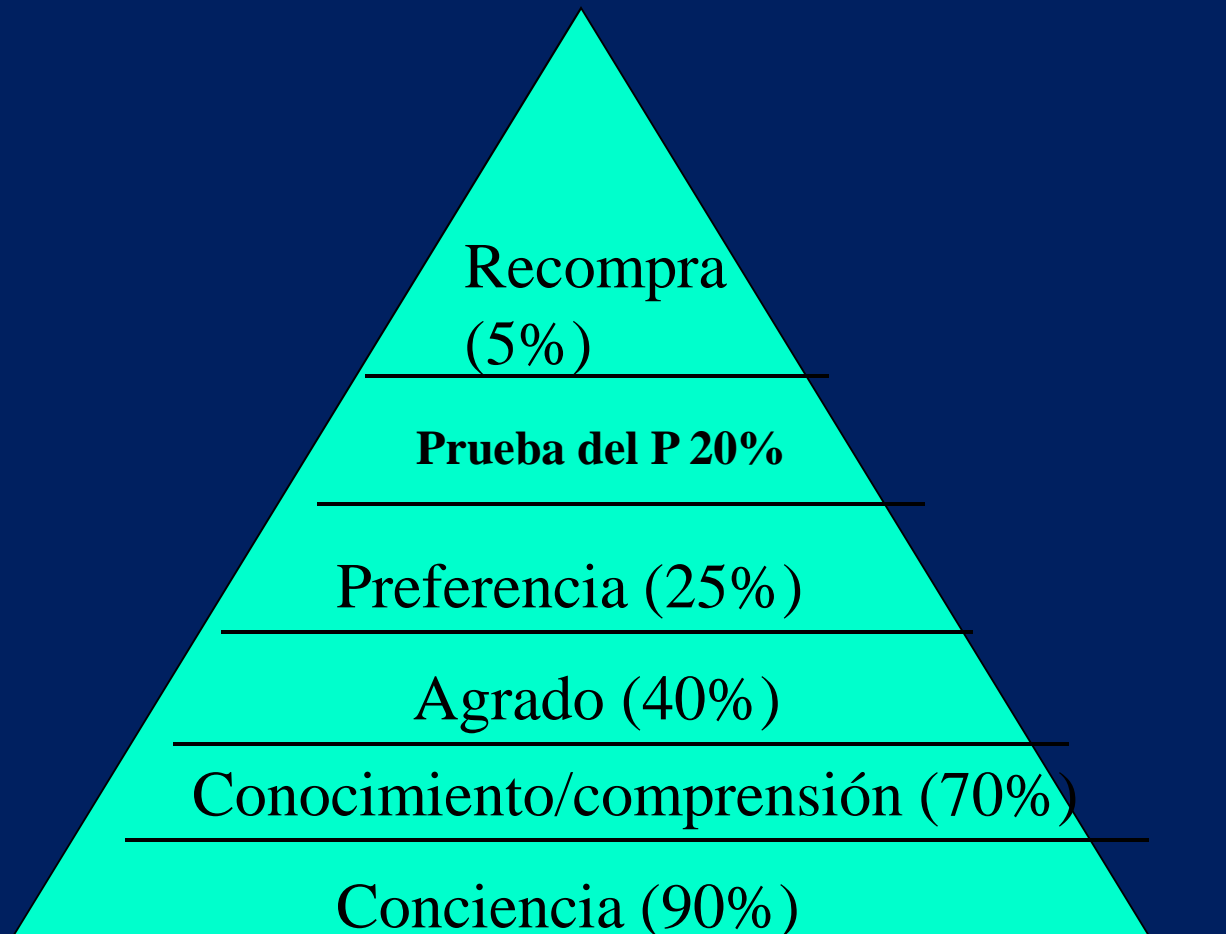
Problemas de los objetivos de ventas

- ◆ Algunos directivos prefieren orientar sus objetivos a las ventas para que los diversos participantes en la publicidad y promoción se dediquen a ello.
- ◆ A veces el mal resultado de las ventas puede deberse también a cualquier variable de la mezcla de marketing
- ◆ La publicidad hace que los consumidores cobren interés por la marca.
 - Ejm: Iphone

Factores que influyen en las ventas



Piramide de Efecto de las Comunicaciones



Establecimiento y asignación de partidas del presupuesto promocional

- ◆ Las decisiones presupuestarias tienen un efecto significativo no solo en la empresa misma sino en otras relaciones con ellas.
- ◆ Establecer un monto presupuestarios y asignar las partidas correspondientes son dos decisiones importantes.

Elaboración del presupuesto publicitario

- ◆ Varía desde unos cuantos miles a millones de dolares.
- ◆ Decisiones difíciles para los ejecutos de MK es asignar la suma presupuestaria que debe gastarse en las actividades de publicidad y promoción.
- ◆ Muchos gerentes no son concientes del valor de la publicidad y promoción.

Presupuesto

- ◆ La base teórica de este proceso se centra en el MARGEN DE CONTRIBUCIÓN:
 - Diferencia entre el total de ingreso que genera marca y sus costos variables totales.
 - El análisis de la elaboración de presupuestos se inicia con un examen de: El margen de contribución y el análisis marginal
- www.rrhh-web.com

Análisis marginal

- ◆ A medida que aumentan las erogaciones en publicidad/promoción, también lo hacen hasta cierto punto las ventas y la utilidad bruta.

www.rrhh-web.com

Si deseas bajar esta presentación en formato PDF, powerpoint o si quieres conocer más sobre empleo, recursos humanos y gestión empresarial, visita la página:

www.rrhh-web.com