
Relaciones con los clientes

Como ya hemos dicho antes la comunicación es una función de marketing dirigida a informar sobre la existencia, características y ventajas del producto respecto a otros productos de la competencia.

Para ello se utiliza la publicidad. Es una forma de comunicación de carácter impersonal, masiva y pagada por las empresas, que utilizan medios de comunicación de masas para transmitir mensajes que promocionen sus productos y marcas. El mensaje publicitario debe diseñarse de tal modo que capte la atención de la audiencia, despierte su interés y deseo.

Es muy importante que no sea engañoso ya que podría generar acciones contrarias a las deseadas.

La promoción de ventas consiste en la realización de actividades para atraer el interés de los consumidores. Es un instrumento recomendable para promocionar nuevos productos.