



UJAT



MEDIOS PROMOCIONALES



DACEA

BUEN FIN



EQUIPO 5



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Equipo 5

- Herrera Cruz Carolina
- Leon Magaña Thayli Paulina
- Rodríguez Moreno Frida Silvana

Prof.

María del Carmen Navarrete Torres



M.P



Evaluación de interacción con el cliente

Interactuar con el personal de ventas en los almacenes y evaluar cómo se comunica la promoción del Buen Fin a los consumidores. Observar si los empleados están informados y pueden responder a preguntas sobre las ofertas.



M.P

UJAT



Equipo 5



PLAZA ALTABRISA, VILLAHERMOSA, TAB.



M.P

SEARS

Cadena de tiendas departamentales que ofrecen una amplia variedad de productos que abarcan desde ropa de marca, hasta artículos electrónicos de última generación y artículos para el hogar, los cuales cuentan con la garantía de calidad Sears, así como planes adicionales para pólizas de servicio.





BUEN FIN 15 - 18 NOVIEMBRE

ANÁLISIS



UJAT

M.P

Tecnología

● Electrodomésticos

Perfumería



Como se llevo acabo la evaluacion

- Comunicación de la Promoción: Cómo el personal informa a los consumidores sobre las ofertas.
- Conocimiento de las Ofertas: Si los empleados estaban bien informados y podían detallar las promociones vigentes.
- Atención y Respuesta a Preguntas: Capacidad del personal para resolver dudas sobre las ofertas y cómo interactúan con los clientes en relación con la promoción.



Puntos evaluados

- *Conocimiento de las características de los productos*
- *Respuestas a preguntas específicas sobre las promociones*

Tecnología

En productos como televisores y laptops, los carteles indicaban porcentajes de descuento directos (por ejemplo, "hasta 30% de descuento") y los empleados usaban tabletas portátiles para verificar precios en tiempo real. Sin embargo, en el caso de productos con financiamiento a meses sin intereses, la información no era tan evidente en los carteles, lo que requería que los consumidores preguntaran directamente.



Perfumería

Los vendedores demostraron un profundo dominio de la información sobre los productos, destacando cualidades únicas y señalando las diferencias entre marcas reconocidas, así como entre diversos aromas de una misma marca. Adicionalmente, compartieron detalles sobre los beneficios adicionales relacionados con el Buen Fin, tales como descuentos considerables, promociones atractivas o la posibilidad de recibir productos complementarios en la compra de un perfume selecto, como bolsos de mano, cosmetiqueras o lápices labiales.



UJAT



Equipo 5

Electrodomésticos

—●— Línea Blanca

El personal se acercaba de forma directa preguntando sobre alguna marca en específico y mostrando curiosidad en nuestras necesidades para así encontrar algún modelo que pudiera satisfacer éstas. Se realizaron preguntas específicas, donde se hacía comparaciones entre dos productos y sus funciones; todas estas dudas fueron respondidas de forma correcta y se podía notar conocimiento de lo que estaban ofreciendo.



UJAT



MEDIOS PROMOCIONALES



DACEA





Conclusión

Sears presenta fortalezas en cuanto a atención al cliente y conocimiento del producto en ciertas secciones, mientras que otros se beneficiarían de una capacitación más uniforme y de ajustes en las políticas de descuentos para cumplir con las expectativas de los consumidores durante eventos promocionales clave. como el Buen Fin.





GRACIAS

