

Promoción

El gerente de producto necesita identificar que ofrecer al público para mantener el tamaño de mercado y aumentar las ventas por lo que es necesario recurrir a promociones.

Al tener 2 promociones en mente hay que ver en cual se obtiene mayor probabilidad de éxito, en este caso la prueba de promoción es la adecuada.

Ejemplo:

Una marca de producto de consumo tiene pensado lanzar al mercado una promoción por lo que hace prueba de promoción para ver la que tiene más probabilidad de éxito.

Se le pregunta al publico objetivo.

Si la marca de consumo “x” tuviera una promoción “1” con la mecánica de... a un precio de... ¿Qué tan probable es que la adquiera?

Si la marca de consumo “x” tuviera la promoción “2” con la mecánica de... a un precio de... ¿Qué tan probable es que la adquiera?

