

MATERIAL DE APOYO 3er AÑO. SEMANA DEL 27 AL 30 DE ABRIL DE 2020

INGLÉS

How to Protect Yourself and Others

Know how it spreads



- There is currently no vaccine to prevent coronavirus disease 2019 (COVID-19).
- **The best way to prevent illness is to avoid being exposed to this virus.**
- The virus is thought to spread mainly from person-to-person.
 - » Between people who are in close contact with one another (within about 6 feet).
 - » Through respiratory droplets produced when an infected person coughs, sneezes or talks.
 - » These droplets can land in the mouths or noses of people who are nearby or possibly be inhaled into the lungs.
 - » Some recent studies have suggested that COVID-19 may be spread by people who are not showing symptoms.

Everyone should

Clean your hands often



- **Wash your hands** often with soap and water for at least 20 seconds especially after you have been in a public place, or after blowing your nose, coughing, or sneezing.
- If soap and water are not readily available, **use a hand sanitizer that contains at least 60% alcohol.** Cover all surfaces of your hands and rub them together until they feel dry.
- **Avoid touching your eyes, nose, and mouth** with unwashed hands.

Avoid close contact



- **Avoid close contact** with people who are sick.
- **Stay at home as much as possible.**
- **Put distance between yourself and other people.**
 - » Remember that some people without symptoms may be able to spread virus.

- » This is especially important for **people who are at higher risk of getting very sick**. www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/need-extra-precautions/people-at-higher-risk.html

Cover your mouth and nose with a cloth face cover when around others



- **You could spread COVID-19 to others** even if you do not feel sick.
- **Everyone should wear a cloth face cover when they have to go out in public**, for example to the grocery store or to pick up other necessities.
 - » Cloth face coverings should not be placed on young children under age 2, anyone who has trouble breathing, or is unconscious, incapacitated or otherwise unable to remove the mask without assistance.
- **The cloth face cover is meant to protect other people** in case you are infected.
- Do **NOT** use a facemask meant for a healthcare worker.
- Continue to **keep about 6 feet between yourself and others**. The cloth face cover is not a substitute for social distancing.

Cover coughs and sneezes



- **If you are in a private setting and do not have on your cloth face covering, remember to always cover your mouth and nose** with a tissue when you cough or sneeze or use the inside of your elbow.
- **Throw used tissues** in the trash.
- Immediately **wash your hands** with soap and water for at least 20 seconds. If soap and water are not readily available, clean your hands with a hand sanitizer that contains at least 60% alcohol.

Clean and disinfect



- **Clean AND disinfect frequently touched surfaces** daily. This includes tables, doorknobs, light switches, countertops, handles, desks, phones, keyboards, toilets, faucets, and sinks. www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/disinfecting-your-home.html
- **If surfaces are dirty, clean them:** Use detergent or soap and water prior to disinfection.

COMERCIO

La PUBLICIDAD

La publicidad se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Sin embargo, no solo se trata de que las personas sepan que existes, sino también de otorgar cierta reputación a lo que se ofrece. Sin utilizar esta comunicación patrocinada, sería muy complejo posicionarse en la mente de los consumidores como algo de buena calidad.

La publicidad tiene un fin promocional, para dar a conocer un producto o servicio y fomentar su compra, se mencionan algunas características:

1. Su principal función es persuadir al consumidor.
2. Es parte de la estrategia de marketing de la empresa, sea online u offline.
3. Tiene costes para el anunciante (empresa que paga la publicidad).
4. La publicidad busca ser original y captar la atención de las personas.
5. Emplea una amplia variedad de productos y canales creativos.
6. Uno de sus fundamentos es la repetición del mensaje para que cale entre la audiencia.
7. Mayoritariamente suele ofrecer productos o servicios personalizados.
8. La publicidad debe ser ética.

Tipos de publicidad existentes:

Estas son las opciones más destacadas:

- Publicidad online. Muy utilizada por las empresas y servicios ya que prácticamente casi todo el mundo se encuentra conectado a través de internet. Las empresas han aumentado progresivamente la inversión en este tipo de publicidad. Dentro de internet se puede hacer publicidad en las siguientes plataformas: redes sociales, email marketing, canales de vídeo, publicidad SEM, Display y retargeting. Una gran variedad de opciones que permiten segmentar a los clientes potenciales y tener un gran acceso a ellos a un coste más reducido en comparación con los medios masivos.
- Publicidad impresa. La llegada de internet ha afectado a este tipo de publicidad. No obstante, todavía se utiliza en medios como: periódico, revistas, flyers, entre otros.
- Publicidad en el medio radiofónico. La puesta en marcha del podcast hace que la publicidad se divida entre las emisoras de radio y los famosos podcasts que están en alza.
- Publicidad en televisión. Muy utilizada junto con la publicidad online, pero son las grandes marcas las que hacen uso de ella ya que tiene un elevado coste de producción y ejecución. Los spots, reportajes, patrocinios son las manifestaciones más destacadas de esta opción.
- Vallas publicitarias. Este tipo de publicidad se encuentra siempre en el exterior, en zonas visibles donde hay un gran alcance de gente. Muy utilizada en la época de elecciones, por ejemplo. Las vallas publicitarias son la opción más destacada junto con los posters, lonas, o carteles que se pegan en las calles.
- El boca a boca. Se denomina así, aunque realmente se podría llamar el boca oído ya que se caracteriza por la recomendación de servicios, opiniones o comentarios cuando se ha utilizado una determinada marca. De hecho, en internet son muy buscados este tipo de comentarios cuando la gente decide comprar online sus productos.
- Telemarketing. El tipo de publicidad que se caracteriza por ser difundido a través del teléfono. Las llamadas sobre compañías de seguros ofreciendo ofertas, compañías de teléfono, o incluso reuniones de

productos de cosmética. El usuario recibe una llamada donde se le intenta persuadir para que proceda a comprar un producto, o cambiar de compañía telefónica.

La **promoción de ventas** es una variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

Igualmente es una herramienta de la mezcla de la promoción **mix** (precio, producto, plaza y promoción) que se emplea para apoyar a la estrategia publicitaria y a las ventas personales; de tal manera que la mezcla comunicacional resulte más efectiva hacia el consumidor.

Objetivos de la promoción de ventas: son asociados generalmente con resultados (venta) de corto plazo, y no con resultados permanentes (largos). En la promoción de ventas se dan entre otros los siguientes objetivos:

- Aumentar las ventas en el corto plazo
- Ayudar a aumentar la participación del mercado en el largo plazo
- Lograr la prueba de un producto nuevo
- Romper la lealtad de clientes de la competencia
- Animar el aumento de productos almacenados por el cliente..
- Reducir existencias propias
- Motivar a detallistas para que incorporen nuevos productos a su oferta
- Lograr mayores esfuerzos promocionales por parte de los detallistas
- Lograr mayor espacio en estanterías de los detallistas
- Lograr mayor apoyo del equipo de ventas para futuras campañas

IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN PARA LA EMPRESA:

El mercado actual presenta una cantidad de productos y servicios increíble, que aunado al avance de las comunicaciones y a los diferentes medios de publicidad que existen, representa un gran reto para cualquier empresa, negocio o persona, el poder hacerse un lugar y mantenerse en el mercado. Es en este punto donde las promociones de ventas, pueden marcar la diferencia. Estas son necesarias para diferenciar los servicios o productos que puedas ofrecer, persuadir a los compradores y proporcionar más información dirigida al proceso de decisión de la compra.

Desde el punto de vista económico el objetivo principal de las promociones de ventas, es el de incrementar la demanda del producto o servicio, y en consecuencia los ingresos por concepto de ventas de los mismos. La empresa o negocio busca por medio de las promociones de ventas, que la demanda disminuya poco cuando el precio del producto sube, y que las ventas se incrementen considerablemente cuando el precio baja

EL ARTE DE VENDER

Podemos definir el arte de vender como el proceso por el cual el vendedor:

1. Busca activamente al candidato.
2. Determina o crea la demanda en base al análisis de las necesidades del candidato.
3. Le muestra cómo sus servicios profesionales y sus recomendaciones satisfacen mejor sus necesidades.
4. Persuade al candidato de que es ahora el mejor momento de comprar.
5. Después de la venta, se mantiene en comunicación con su cliente para conservarlo satisfecho y revisa cada año el programa trazado para asegurar la continuidad del producto.

Características de un buen vendedor

- Determinación y actitud. Un **buen vendedor** tiene determinación y actitud. ...
- Confianza en sí mismo y en su producto. ...
- Energía y entusiasmo. ...
- Paciencia y perseverancia. ...
- Honestidad y sinceridad. ...
- Persuasión y empatía. ...
- **Buena** comunicación y facilidad de palabra. ...
- **Buena** apariencia.

Los 10 mandamientos de un vendedor excelente son:

1. Ser jovial en todo momento, si bien no exageradamente
2. Ser modesto, pero seguro y confiado de sí mismo
3. No escatimar tiempo ni esfuerzo en la tarea de vender
4. Tolerar las creencias y opiniones de los demás
5. Ser honrado en las ofertas
6. Ser enérgico, aunque no dominante.
7. Saber manejar el autodomínio en todo momento
8. Ser cortés en todo momento
9. Ser servicial
10. Ser agradecido