

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES

En este capítulo se elaboraron las estrategias promocionales, que ayudaran a la creación de la campaña promocional para los Talleres Recreativos de la Universidad de las Américas-Puebla, basado en la metodología que se llevó acabo del análisis de datos, y el marco teórico.

6.1 Introducción

Se llevó acabo, una campaña de promoción para los Talleres Recreativos de la Universidad de las Américas -Puebla, en la cual se plantean las estrategias adecuadas para lograr su posicionamiento.

Se describen cada una de las estrategias que forman parte de la campaña, baso en los resultado obtenidos de la investigación , teniendo un conocimiento más amplio y específico de lo que las personas quieren y necesitan.

Análisis Situacional:

Los Talleres Recreativos, surgen como una alternativa para la comunidad estudiantil de la UDLA-P, ya que buscan actividades que sean complementarias para su desarrollo integral como personas.

La comunidad estudiantil, es muy importante para la coordinación, por lo cual día a día, busca mejores cosas que ofrecer, como son los tipos de talleres, profesores, instalaciones y material; todo esto con la ayuda de una buena y bien planeada estrategia de comunicación.

6.2 Objetivos

Se tiene claro que el mercado meta al cual va dirigida esta campaña, es la comunidad estudiantil de la UDLA-P, por lo tanto se pueden establecer los siguientes objetivos de la campaña publicitaria:

- Creada para los estudiantes de la UDLA-P
- Incrementar el número de personas inscritas en los Talleres Recreativos
- Establecer una imagen renovada de talleres
- Crear posicionamiento en la mente de los alumnos
- Hacer que los alumnos cuenten con los medios de comunicación adecuados para conocer los talleres.

6.3 Estrategias

La estrategia que se va a utilizar, es para hacer que los Talleres Recreativos tengan más posicionamiento en la mente de los estudiantes; con esto lograr que se inscriban más alumnos a los distintos talleres.

6.3.1 Estrategias de comunicación

Con base a los resultados obtenidos, la estrategia de herramientas promocionales más adecuada será:

6.3.1.1 Publicidad

Se hará a través de los siguientes medios de comunicación:

- Póster: Ubicados en lugares que son atractivos para los estudiantes como lo son: los colegios residenciales, los corchos ubicados en las diferentes escuelas, el Ágora y el Centro Social; los cuales, contendrán la estructura que se muestra en el apéndice (Anexo 2)

- Trípticos o folletos: Estos contendrán la información de cada uno de los talleres, una breve descripción de los mismos, horarios, lugar donde se imparten , las cuotas, lugares para inscripción, fechas importantes, y en dónde obtener más información; serán colocados en el módulo y en lugares concurridos por los alumnos como: polycopias, biblioteca y tiendas universitarias. (Anexo 3)
- Virilona: Es una lona en la cual se pondrá en un lugar visible para los estudiantes y de esta forma se enteren que comienza el periodo de inscripciones y de esta forma llamar la atención de los alumnos; de igual forma tendrá el nuevo logotipo, frase y/o slogan, de igual forma con los mismos colores, por medio de los cuales los alumnos van a relacionar los talleres.
- Página Electrónica (WEB) : Elaboración de una página que sea atractiva para los estudiantes, en la cual se muestre la nueva imagen de los talleres, con ligas que amplíen la información de los mismos con un diseño creativo.

6.3.1.2 Ventas personales

- Se llevarán acabo en los módulos de información e inscripción, que serán colocados en el pasillo de humanidades, haciendo una señalización de la ubicación del mismo, se colocarán el póster y los folletos para que llamen la atención de la comunidad estudiantil

- Las personas que se encuentren en dichos módulos, serán capacitadas y entrenadas para que la atención a alumnos sea con la más alta calidad y puedan explicar y resolver cualquier duda acerca de los talleres.

6.3.1.3 Relaciones Públicas

- La muestra de talleres se lleva acabo al final del periodo de los talleres, en esta debe ser difundida de tal forma que un gran número de estudiantes se enteren de esta muestra. Es una buena oportunidad para que se den a conocer los talleres, se den algunos obsequios para obtener más posicionamiento en la mente de los consumidores.
- La misma muestra puede ser realizada duran el periodo de inscripción ya que de esta forma los alumnos podrán conocer más a cerca de cada taller que se imparte y de esta forma tomar una decisión adecuada y satisfactoria en el momento de inscribirse, se utilizará la misma estrategia que en la muestra descrita anteriormente.

6.3.1.4 Promoción de ventas

Se llevarán a cabo distintas estrategias promocionales, tomando en cuenta, lo que se ha analizado a lo largo de este estudio.

- Reducción en el precio: En el momento en que se inscriban a algún taller de baile, que requiera pareja y al inscribirse, vayan con la misma, se les dará un 20% de descuento a ambos. Si una persona se inscribe a dos talleres, en uno de ellos se le cobrará la mitad del precio total.
- Artículos promocionales: Para las personas que pidan informes y/o se inscriban, se les obsequiará un lápiz, bolígrafo o llavero con el logotipo de Talleres Recreativos y adecuados a la imagen que se maneja para los mismos; de esta forma, se busca estar presentes en la mente de los alumnos y también lo pueden ver otras personas.
- Regalos: Se continuará obsequiando una playera al final del taller, a los alumnos inscritos a los mismos; de igual manera, llevarán una imagen fresca y el logotipo creado para los talleres.

6.3.2 Estrategias de mensaje

- El tipo de mensaje que se utilizará, será de recordación de los Talleres Recreativos, con la creación de un slogan y frase promocional, para que se logre esto: “ *Talleres Recreativos, creados para ti*”, “ *...pensados y creados para ti*”, “ *... parte de tu vida estudiantil*”

- Dar a conocer las razones por las cuales es bueno que los alumnos se inscriban y sientan bienestar, al formar parte de los talleres. *“Diviértete y date el gusto de formar parte de ellos”, “ Una forma de sentirte bien”, “La mejor forma de divertirse y sentirte bien”, “Ser parte de ellos es ser parte de la UDLA-P”*
- Estas frases y mensajes serán colocados en los medios de comunicación utilizados en la campaña, para que así los alumnos relacionen estas frases con los Talleres Recreativos.

6.3.3 Estrategia Creativa

En esta etapa, es donde se aplicarán los elementos necesarios para poner en práctica las diferentes estrategias, con ayuda de elementos como:

- Medios adecuados para la difusión
- Lugares estratégicos para la ejecución de los mismos
- Creación mensaje claro con ayuda de un slogan o frase promocional
- Elaborar un logotipo creado para los talleres
- Elección de colores que distingan o sean característicos de los talleres para crear imagen en la mente de los usuarios de los mismos.

6.3 Efectividad de la campaña

La efectividad de la campaña, se podrá comprobar, cuando se observe un incremento en las inscripciones a los Talleres Recreativos, y sobre, todo cuando sean recordados y crezca el interés de los alumnos, por formar parte de ellos.

Todo esto va relacionado con los resultados obtenidos en el estudio ya que ahí nos damos cuenta de que es necesario establecer nuevas estrategias promocionales para los Talleres Recreativos.