



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Análisis Comparativo
“Estrategias de promoción de ventas”

Presenta:

Payró Jiménez Ariadna Jazmín

Licenciatura:

Mercadotecnia

Asignatura:

Promoción de ventas

Docente:

Dra. Navarrete Torres María del Carmen

Ciclo Febrero/2025- Agosto/2025



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Cuadro Comparativo “Promoción de ventas”

Categoría	Nike	Adidas
Estrategias utilizadas	Marketing emocional: Se enfoca en inspirar a través de historias motivacionales (ej. campañas como "Just Do It"). Enfoque digital: Gran inversión en marketing digital e influencers en redes sociales. Colaboraciones estratégicas: Con celebridades (ej. Michael Jordan, Cristiano Ronaldo) y marcas de lujo (ej. Off-White). Innovación constante: Destacan las campañas tecnológicas y productos innovadores, como las Nike Adapt (zapatos autolazables).	Marketing de autenticidad: Se enfoca en la cultura juvenil y urbana, conectando con subculturas (ej. Hip-Hop, Skateboarding). Enfoque en sostenibilidad: Promueve productos ecológicos (ej. línea Parley, hecha con plásticos reciclados). Colaboraciones culturales: Con artistas y diseñadores (ej. Kanye West con Yeezy, Pharrell Williams). Diversificación deportiva: Se asocia con equipos y eventos deportivos clave (ej. FIFA, NBA).
Objetivos de promoción	- Fortalecer la marca como símbolo de superación personal. - Impulsar la lealtad del cliente mediante experiencias personalizadas (ej. Nike+ App). - Aumentar ventas en línea con campañas digitales específicas.	- Posicionar la marca como símbolo de autenticidad y estilo urbano. - Expandir su presencia en mercados emergentes. - Fortalecer su imagen de sostenibilidad para atraer a consumidores conscientes.
Tipos de promoción	- Publicidad emocional y motivacional en medios digitales y tradicionales. - Promociones exclusivas en aplicaciones móviles (ej. acceso anticipado a lanzamientos). - Eventos experienciales: Nike Run	- Campañas centradas en la autenticidad y cultura urbana (ej. "Originals" para destacar estilo de vida). - Colaboraciones limitadas (ej. Yeezy, Pharrell) que crean exclusividad.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



	Club, Nike Training Club. • Influencer Marketing: Con figuras deportivas y culturales.	• Publicidad digital enfocada en storytelling que resuena con la juventud. • Eventos y patrocinios: Copas del Mundo, Juegos Olímpicos.
Adaptación a diferentes contextos y objetivos.	Adaptación geográfica: Personaliza campañas según la cultura local (ej. campañas específicas en China y Europa). Innovación tecnológica: Nike By You (personalización de productos). Enfoque en e-commerce: Aceleró ventas digitales durante la pandemia.	Enfoque en la moda urbana: Adaptación al streetwear con colaboraciones exclusivas. Estrategia de sostenibilidad: Se adapta a la demanda de productos ecológicos. Eventos deportivos globales: Aprovecha patrocinios clave para visibilidad masiva (ej. Copa Mundial de la FIFA).