

CRÍTICA DE LA

RAZÓN PURA

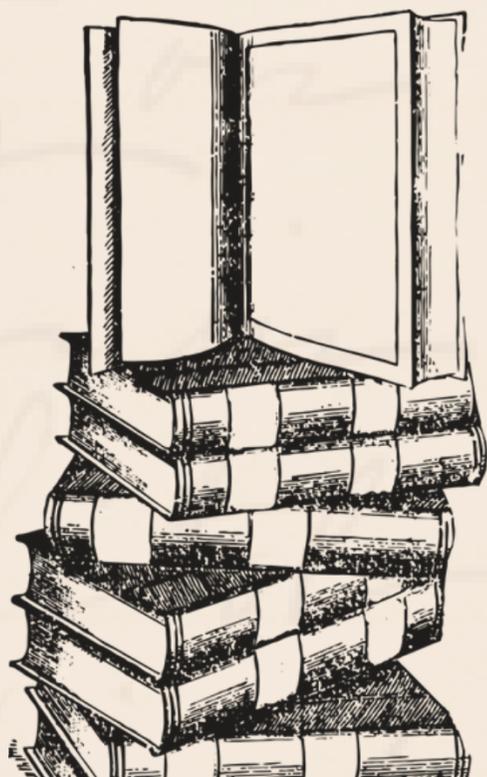
IMMANUEL KANT

INEF Escuela de negocio y emprendimiento



OBJETIVO DE VENTAS

Crear conciencia sobre el contenido del libro y alentar a un grupo demográfico específico, como estudiantes universitarios y académicos interesados en filosofía, a leerlo. Como consecuencia aumentar su popularidad y ventas



ANALISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO

- **Demografía:** Estudiantes universitarios, académicos, y profesionales interesados en filosofía, especialmente en epistemología y historia de la filosofía.
- **Intereses:** Filosofía, teoría del conocimiento, historia de las ideas, y literatura académica.
- **Hábitos de lectura:** Lectura de textos académicos, libros de filosofía, y artículos de investigación.
- **Posibles barreras:** La percepción de que el libro es difícil de entender, el lenguaje técnico y denso, y la falta de tiempo para leer textos extensos.

ESTRATEGIAS DE VENTA

1.-Alianzas estratégicas

identificar lugares comunes en donde mi publico objetivo este interesado, como clubes de lectura sobre filosofía, universidades, exposiciones de libros o eventos de lectura, para este caso una alianza estratégica clave es con la UNACH ya que cuenta con una carrera en filosofía y podría ser de gran interés para los estudiantes.

2.- Contenido con influencers

contactar con influencers que traten temas relacionados al pensamiento y la razon para llegar a un público más amplio y diverso, incluidos jóvenes interesados en la filosofía y el conocimiento.

3.- Debates Escolares

Organizar debates entre dos posturas diferentes: el Empirismo y el Racionalismo, que son las dos posturas que el libro contrapone. Cerrar el debate con un análisis de como estas dos posturas juntas nos ayudan en la toma de decisiones diaria de nuestra vida y en nuestra percepción del mundo, esto ultimo podria hacerlo un docente u experto que domine el tema.

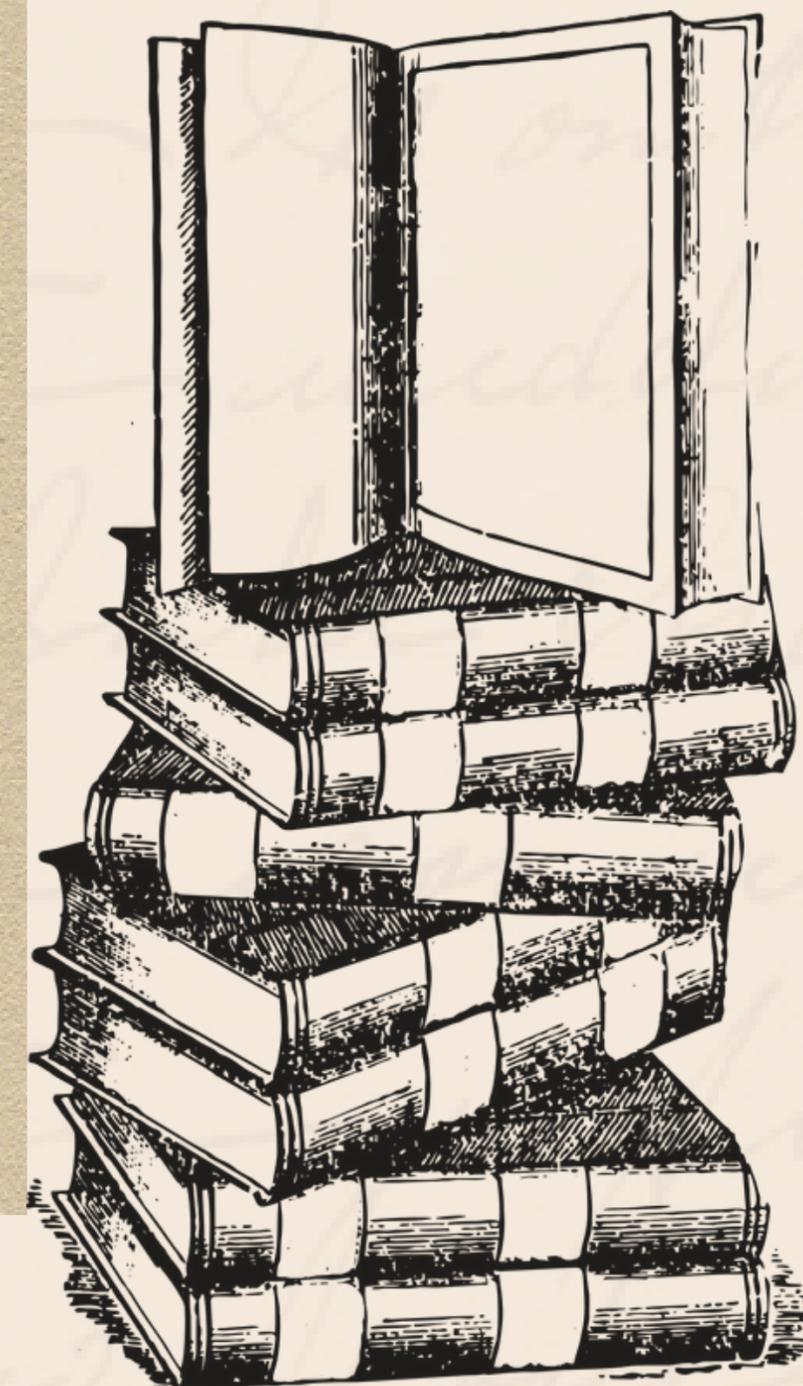
CANALES DE VENTA

Físico

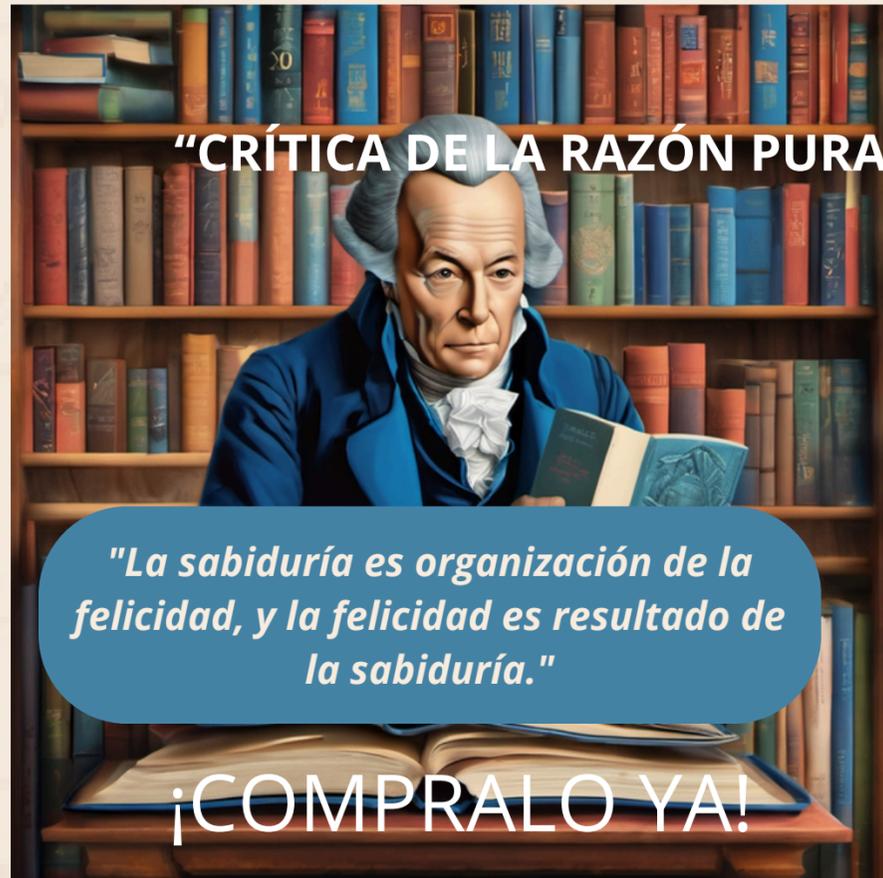
podría colaborar con librerías especializadas en filosofía y estudios académicos para organizar eventos de firma de libros y discusiones temáticas sobre Kant. Por ejemplo, podría asociarme con una librería local para tener una sección destacada del libro con materiales promocionales adicionales, como folletos explicativos y resúmenes del contenido. Además, podría participar en ferias del libro y conferencias de filosofía, donde podría presentar el libro en un stand, ofreciendo copias autografiadas y oportunidades para que los asistentes discutan y profundicen en los temas del libro con expertos. Por último se podría aprovechar los eventos de debate antes mencionados para promocionar el libro ya que en esos eventos estaría el público objetivo.

Redes Sociales

podría utilizar plataformas como Facebook, Instagram y Twitter para promocionar el libro mediante publicaciones visualmente atractivas que resalten citas impactantes y conceptos clave. Podría crear una serie de videos breves en Instagram y TikTok que expliquen los principales temas del libro, además de realizar transmisiones en vivo para discutir la relevancia de Kant con seguidores interesados. Colaborar con influencers educativos y filosóficos para que compartan reseñas y recomendaciones del libro en sus perfiles también ayudaría a alcanzar una audiencia más amplia. Utilizando anuncios pagados en redes sociales, podría dirigir tráfico directamente a la página de compra del libro, maximizando así su visibilidad y alcance.



materiales promocionales y ayudas visuales



video Youtube: Crítica de la Razón Pura por Immanuel Kant | Resúmenes de Libros



video Youtube: Cómo ganar debates, la idea de crítica de Kant.

