



- ✚ **MATERIA: CAPITAL HUMANO**
- ✚ **GRADO: 3er CUATRIMESTRE**
- ✚ **NOMBRE DEL DOCENTE: TANIA GABRIELA ESTUDILLO GRANADOS**
- ✚ **NOMBRE DEL ALUMNO: DARWIN KEVIN MORENO AGUILAR**
- ✚ **TELÉFONO: 9651162049**
- ✚ **CORREO ELECTRÓNICO: [kevin20001@live.com.mx](mailto:kevin20001@live.com.mx) o [morenoaquilar127@gmail.com](mailto:morenoaquilar127@gmail.com)**

## ¿Qué es el Merchandising?

El merchandising es una estrategia de marketing muy común aplicada a cualquier tipo de negocio, que busca presentar el producto de manera presentable y apropiada para el consumidor. Estudia el comportamiento de los clientes y la función que tiene la tienda (establecimiento) en la toma de decisión al decidir si comprar o no el producto.

Tienen tres conceptos estelares:

- ❖ **Orden** de la tienda, es factor clave, para que facilite la compra del cliente, como señalizaciones, pasillos ordenados, que ayuden al consumidor a encontrar el producto fácilmente.
- ❖ **Atracción** de los productos, esto se logra al exponer los productos de una manera llamativa, y favorable tanto que esto pueda atraer al consumidor.
- ❖ **Ambiente** favorable para la compra, en este punto hay que ver como se ve el ambiente a través de los 5 sentidos y analizar cómo se sentirá el cliente al entrar a la tienda, ya que influyen en más de una manera en la decisión de compra. En este supuesto la lucha es por conseguir que nuestro local sea lo más atractivo posible. Se utilizan diferentes técnicas, desde tener la tienda bien organizada y limpia, cuidar que los escaparates sean sugerentes o el posicionamiento de los productos en el interior.

En último punto que quiero recalcar es que cuando el sujeto ingresa a la tienda no significa que ya va a adquirir un producto sino que dependerá de los 3 puntos antes mencionados para que influyan en la toma de decisión en la compra de un producto.

Entonces el Merchandising se trata, en resumen, de un conjunto de técnicas para promocionar un producto o servicio para potenciales clientes de manera asertiva