

TITULO

Mapa conceptual →

- Materia: acción promocional
- Docente: sarai moreno Gumeta
- Licenciatura: medicina veterinaria y zootecnia
- Cuatrimestre: 6 to.
- Nombre del alumno: Ezequiel vazquez garcia

Acción promocional

Promociones corporativas

El énfasis se hace sobre la imagen de la compañía más que en la venta de un producto específico.

El objetivo fundamental de las comunicaciones corporativas es:

Crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

Promoción cruzada

es la técnica de comercialización donde se hace asociando un producto con otro, y así poder alcanzar un mercado de consumo más amplio.

Esta técnica ayuda a los dos productos a aumentar el número de personas a quienes están tratando de vender y ayudar a lograr mayores ganancias.

Ferias y exposiciones

Una feria empresarial es una oportunidad para exhibir una imagen corporativa, productos y servicios e incluso capacidades para la innovación, aunque sin duda, es un gran espacio para hacer trabajo de relaciones públicas y comerciales que podrían capitalizarse en el futuro

Las exposiciones comerciales son claramente eventos dirigidos a fomentar ventas, reforzar vínculos con proveedores y posibles clientes

El Merchandising

El Merchandising es un término de origen anglosajón que sirve para referirse a las técnicas y estrategias de promoción que se aplican en un punto de venta.

Tipos de Merchandising

Merchandising de presentación o visual. Este tipo de merchandising se basa en la presentación del producto al cliente o consumidor.

- Merchandising de seducción.
- Merchandising estratégico.