

TITULO

Mapa conceptual



- Materia: Acción Proporcional
- Docente: Gumeta Moreno Sarain
- Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia
- 6to cuatrimestre
- Nombre del alumno: Karla Lizbeth Cerino Orantes

Fecha de entrega: 19/05/2020

ACCIÓN PROPORCIONAL

Promociones Corporativas

Factor decisivo al posicionar un producto o marca

El objetivo fundamental es Crear, mantener o ampliar, la credibilidad

Promoción Cruzadas

Cuando dos empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio

Tres tipos

Un solo sentido

Beneficios a sus clientes

Doble sentido

Cada empresa entrega sus bonos

Inversa

El cliente se beneficia por las dos empresas

Realizan asociando un producto con otro

Ferias y Exposiciones

Una feria permite dar a conocer los productos y/o servicios

Se pueden perseguir mediante las exposiciones

Youtlet. Establecimiento que ofrece artículos de primeras marcas de la temporada anterior

El Merchandisin

Técnicas de venta cuyos principales ejes son la presentación, rotación y beneficio

"mercancía" y el radical "ing",

La finalidad de las técnicas de merchandising son las de poder seguir argumentando e influir sobre el público

Tipos de Merchandisin

Presentación

Gestión

Seducción y animación