

TEMA:

- 
- **DOCENTE: SARAIN GUMETA MORALES**
 - **NOMBRE DEL ALUMNO: ANDREA CASTRO HIDALGO**
 - **CARRERA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**
 - **CUARRIMESTRE: 6to**
 - **MATERIA: ACCION PROMOCIONAL**

Acción promocional

Promociones Corporativas.

Es

lanzamiento de nuevos productos o simplemente suvenir corporativo

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.

Promociones Cruzadas

Es

Una promoción cruzada es la técnica de comercialización donde dos empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio

tipos de Promociones

- De un solo sentido
- De doble sentido
- Inversa

Ventajas.

Atraen y comunican ya que captan la atención del consumidor.
Crean un incentivo para comprar.
Aumentan las ventas

El Merchandising

Surge

con la aparición de las actividades en establecimientos comerciales, ligada al cambio del comercio tradicional en comercio de libre servicio, es decir: Una nueva forma de las técnicas de venta cuyos principales ejes son la presentación, rotación y beneficio.

Significa

es el resultado de unir el sustantivo "merchandise", que significa "mercancía"

La finalidad

son las de poder seguir argumentando e influir sobre el público, de forma constante, aunque no se encuentre el vendedor presente o este no exista.

Tipos de Merchandising.

Existen tres tipos del merchandising

- Merchandising de organización / Presentación
- Merchandising por gestión
- Merchandising de seducción y animación