

Nombre de alumno: Ma. Fernanda Vidal Velázquez

Nombre del profesor: Sarain Gumeta Moreno

Nombre del trabajo: Cuadro conceptual

Materia: Acción Promocional

Grado: 6to

Grupo: b

ACCION PROMOCIONAL

PROMOCIONES CORPORATIVAS

¿Qué es?

Es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca

Objetivo

Crear, mantenerlo, ampliar, la credibilidad y el sentido de identidad hacia la empresa.

PROMOCIONES CRUZADAS

¿Qué es?

Es una técnica de comercialización donde 2 empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio

3 tipos

Un solo sentido

Una empresa entrega los bonos de la otra empresa

De doble sentido

Cada empresa entrega los bonos o cupones de la otra

Inversa

Donde el cliente se beneficia por la alianza de dos o mas empresas

ACCION PROMOCIONAL

Ferias exposiciones y outlet

objetivo

Dar a conocer los productos dando exposiciones pruebas rebajas entre otras cosas

ventajas

Se tiene contacto con los clientes, demostración del producto en venta, y nos damos a conocer mas

El merchandising

¿Qué es?

Es la acción mediante la cual se pone un producto en el poder del consumidor

3 tipos

Un solo sentido

Es la determinación del lugar más indicado y apropiado en el punto de venta considerando la estructuración del espacio por familias de productos.

De doble sentido

Es la determinación del tamaño lineal de cada sección, reparto lineal en familias, conocer la rotación del producto y de la rentabilidad del metro lineal, realizar análisis comparativos entre marcas y familias de productos

Inversa

Es crear secciones atractivas, buscar muebles perfectamente concebidos para presentar (góndolas) o exhibir de forma atractiva para así identificar, informar, decorar y ganar espacio equilibrando la atracción de los cinco sentidos del consumidor

