

TEMA: MAPA CONCEPTUAL



- MATERIA: ACCION PROMUCIONAL
- DOCENTE: **SARAIN GUMETA MORENO**
- LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
- GRADO: 6º
- GRUPO: B
- ALUMNO: **LOPEZ RODRIGUEZ JULIA MARIA**

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A 19 DE MAYO DEL 2020

ACCION PROMOCIONAL

promociones cruzadas

promociones corporativas

la técnica de comercialización donde dos empresas o más se unen para alcanzar un mercado de consumo más amplio.

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

-De un solo sentido: una empresa entrega los bonos de otra empresa y beneficia a sus clientes.

-De doble sentido: cada empresa entrega los bonos o cupones de la otra.

Refiriéndonos a la presentación de ambos productos esta disminuye ya que no se llega a percibir con exactitud cada una de estas. - Pueden producir un descontento en el consumidor.

ACCIÓN PROMOCIONAL

Ferias exposiciones

merchandising

Tipos de merchandising

permite dar a conocer los productos o servicios de una localidad, región o país

presentación, rotación y beneficio.

Merchandising de organización

Merchandising de seducción y

Merchandising por gestión

-Es una inversión recuperable. - Las muestras comerciales producen más ventas reales; pero tanto ellas como las convenciones ofrecen la posibilidad de obtener nombres de clientes potenciales.

Tiene también el efecto negativo de concentrar la demanda, por lo que la pérdida del distribuidor o su insolvencia ponen en peligro el volumen de ventas e ingresos totales de la empresa

El producto se pone al alcance del consumidor eliminando el mostrador y el dependiente. El vendedor actúa como consultor, por lo que su participación no es imprescindible. -Se generaliza la venta en régimen de libre servicio y aparecen las grandes superficies.