



DOCENTE: KARINA MARICRUZ PEREZ

MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

TRABAJO: MAPA CONCEPTUAL

ALUMNA: RUIZ DEARCIA BRENDA NALLELI

6º CUATRIMESTRE

16 DE MAYO DE 2020

Acción promocional

LA PROMOCION DE VENTAS

ACTIVIDADES PROMOCIONALES

PROMOCIONES CORPORATIVAS

EL MERCHADISING

1.1.1 objetivos de promoción

- rebajas
- saldos
- liquidaciones

- comunicación
- incentivo
- Invitación

- concepto, tipos de ofertas, ventajas, desventajas y operatividad

1.1.2 situaciones que sugieren el uso de la promoción de ventas

- p. para aumentar el tráfico - premios de continuidad.

- evitar fluctuaciones en las ventas
- incrementar las ventas

Frenar las acciones de la competencia

Lanzamiento de nuevos productos

1.2.1 ofertas

1.2.2 premios y regalos

1.2.3 rifas y sorteos

- directos
- mezcla premio- sorteo

1.3.1 promociones cruzadas

1.3.2 ferias, exposiciones y outlet.

Las exposiciones no venden

Una feria es un punto de encuentro entre la oferta

Variantes de presentación:  
- de un solo sentido - de doble sentido - inversa

Establecimiento que ofrece artículos de primeras marcas

- el producto se pone al alcance del consumidor.

- Merchandising de organización

- merchandising de seducción y animación

1.4.1 tipos de merchandising

- Merchandising por gestión