



Universidad del Sureste UDS

Catedrático: Karina Maricruz Pérez Guillen

Materia: Acción promocional

Nombre del alumno: José Artemio Morales Espinosa

Trabajo: Cuadro sinóptico

Carrera: Administración de empresas

Grado: 6 cuatrimestre

Fecha /30/05/2020

Tipos de merchandising

Merchandising de presentación o visual

Se basa en la presentación del producto al cliente o consumidor

Merchandising de gestión o estratégico

Implica realizar un análisis permanente de la oferta de la empresa con la idea de incrementar la rentabilidad y rotación de los productos

Marchandising para el cliente - oportunista

Es aquella persona que para definir su intención de compras observa las alternativas, los diferentes establecimientos del mercado. Ubicación, comodidad, prestigio y demás factores que le brinde el beneficio que busca

Marchandising del distribuidor

Acciones en el establecimiento realizadas por el minorista con el objetivo, de aumentar las ventas de los productos

Merchandising de seducción y de



Es crear secciones atractivas buscar muebles perfectamente concebidos para presentar (góndolas) o exhibir de forma atractiva

Merchandising de organización y de presentación

Es la determinación del lugar más indicado y apropiado en el punto de ventas