



6 DE JUNIO DEL 2021

ENSAYO UNIDAD II

JENIFER ALEJANDRA LOPEZ VICENTE
ACCION PROMOCIONAL

El merchandising es una técnica de marketing que se dedica a estudiar la manera de incrementar la rentabilidad en los puntos de venta. Son actividades que estimulan la compra por parte de los clientes en determinadas zonas de un local comercial. Se realiza mediante estudios e implementación de técnicas comerciales que permiten presentar al producto o servicio de la mejor manera a los clientes. Para su puesta en marcha se recurre a distintas técnicas que harán que el producto o servicio resulte más atractivo para los consumidores potenciales.

Merchandising de organización / Presentación: Es la determinación del lugar más indicado y apropiado en el punto de venta considerando la estructuración del espacio por familias

Merchandising por gestión: 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.

Merchandising de seducción y animación: 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.

El emailing (o e-mailing) es una acción de marketing directo que se sirve del email o correo electrónico para enviar un mensaje a una determinada audiencia. Generalmente, este término se utiliza para hacer referencia al envío de correos electrónicos para estimular las ventas o informar de novedades.

¿Qué es el telemarketing?

El telemarketing es un tipo de marketing directo que consiste en la utilización del medio telefónico para conectarse con un público objetivo, con la finalidad de incrementar las ventas de una empresa.

El uso del telemarketing se suele realizar con clientes considerados potenciales, cuyos datos se obtienen a través de previos registros realizados por la empresa, tales como su historial de compras, suscripciones por internet, concursos, entre otros.

Además, suelen venderse bases de datos a las empresas, con registros telefónicos de potenciales clientes.

Funciones del telemarketing

Entre las funciones que cumple el telemarketing, podemos destacar las siguientes:

- Es una táctica del marketing para obtener clientes y dar a conocer nuevos productos.
- Sirve para asesorar a los clientes de una empresa.
- Funciona como enlace directo entre el cliente y la empresa.
- Es un método para publicitar un producto o servicio.
- Se utiliza para que los clientes conozcan las promociones que posee una empresa.

Tipos de telemarketing

El telemarketing puede clasificarse de acuerdo con su procedencia, estructura o

- Entrante o reactivo: aquel donde el cliente es quien procede a realizar el llamado para pedir información sobre determinado producto.
- Saliente o proactivo: cuando es la empresa quien contacta al cliente mediante un teleoperador.