

### 1.3 promociones corporativas.

El énfasis se hace sobre la imagen de la compañía mas que en la venta de un producto específico el objetivo fundamental de las comunicaciones corporativas es: crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

#### 1.3.1 promociones cruzadas.

Se refiere cuando dos o más marcas o empresas colaboran juntas para atraer clientes, al aprovechar la inercia y el nicho de cada una.

#### 1.3.2 Ferias Exposiciones, Youtlet.

Promocional que consiste en presentar al consumidor el conjunto de artículos que la empresa fabrica se reúne en un lugar determinado a prospectos potenciales susceptibles de convertirse en consumidores activos

### 1.4. El Merchandising.

es el conjunto de operaciones efectuadas dentro del PDV, que tiene como objetivo colocar el producto correcto, en la cantidad correcta, con el precio correcto, en el tiempo correcto, con una presentación visual impecable y dentro de una exposición correcta.

Es decir, son todos los esfuerzos que se destinan a que el shopper valore el producto.

#### 1.4.1. Tipos de Merchandising

Stopper, Wobbler, Adhesivo de piso, Clip strip, Móviles, Banner, promocional, VISUAL MERCHANDISING