

Marketing e Investigación del Producto

MERCADO / MARKETING

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece

quality
innovation price
viral social media
marketing innovation
marketing market
social media
primarily media
Finance Team - C
managements
internet
plan

✓ Define el producto o servicio a partir de las preferencias del consumidor, para crear un intercambio que satisfaga los objetivos de ambas

OBJETIVOS DEL MARKETING

Promover la demanda

Tiempo en el cual se distribuye el nivel local, nacional y mundial

Tiempo en el cual se presen lograr los objetivos

Conceptos Básicos

- Teniendo como origen el término francés marchand - mercadería, la palabra inglesa merchandiser significa "negociante".
- La traducción de merchandising sería "negociación", un nombre que en español no se corresponde exactamente con el concepto de merchandising

MERCHANDISING

Se podría definir como el conjunto de técnicas que se aplican en el punto de venta, para así motivar el acto de compra de la manera más rentable, tanto para el fabricante como para el distribuidor, satisfaciendo, de esta forma, las necesidades del consumidor.

La principal función del área o de los profesionales son:

✓ PLANIFICACIÓN

✓ OPERACIONALIZACIÓN

de la presentación de los productos

¿Cómo saber si tu merchandising está funcionando bien?

¿Cómo ve el consumidor tu producto?

¿Cuáles son los esfuerzos posibles para que salte aún más a los ojos de quien visita tu tienda?

¿Qué esperar del Merchandising?

• Pensar en los detalles del Producto

• Punto de venta: relación o punto de contacto

• Promover conexión emocional y sensorial de los productos con el consumidor.