

UDS

PASIÓN POR
EDUCAR

MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

DOCENTE: ING. JUAN JESÚS AGUSTÍN GUZMÁN

EMVZ: ERNESTO MARTINEZ ESPINOSA

ACTIVIDAD 1. MERCHANDISING DE PRESENTACIÓN



SE PUEDE DEFINIR COMO LA MANERA DE PRESENTAR LOS ARTÍCULOS Y LA TIENDA DE MODO QUE EL ACTO DE COMPRA SEA LO MÁS FÁCIL PARA EL CLIENTE Y LO MÁS RENTABLE POSIBLE PARA EL COMERCIANTE.



TAMBIÉN SE PUEDE DENOMINAR MERCHANDISING VISUAL: TODO LO QUE SE VE, SE VENDE; TODO LO QUE SE COGE, SE COMPRA; ES DECIR, LO QUE TAMBIÉN LLAMAMOS COMPRA POR IMPULSO.



COMPRAS IMPULSIVAS.....



EL MERCHANDISING DE PRESENTACIÓN ES EL QUE FAVORECE LAS COMPRAS POR IMPULSO
O COMPRAS NO PREVISTAS.



EN DEFINITIVA, PRETENDE GUIAR AL CONSUMIDOR E INFLUIR EN SU COMPORTAMIENTO A LA HORA DE LA COMPRA BASÁNDOSE EN LOS SIGUIENTES ELEMENTOS: UN AMBIENTE AGRADEABLE. UNA BUENA DISTRIBUCIÓN Y DISPOSICIÓN, TANTO DEL ESPACIO COMO DEL ESTABLECIMIENTO. UN SURTIDO ADECUADO EN CANTIDAD, CALIDAD Y VARIEDAD. ESTE TIPO DE MERCHANDISING SE FUNDAMENTA EN: EL PRODUCTO ADECUADO. LA CANTIDAD ADECUADA. EL LUGAR ADECUADO. LA FORMA ADECUADA.



GRACIAS 😊

