

# UNIVERSIDAD DEL SURESTE

DOCENTE

MARÍA DE LOURDES DOMÍNGUEZ FIGUEROA

ALUMNO

TRISTAN YAHIR DÍAZ MAZARIEGOS

MATERIA

ACCIÓN PROMOCIONAL

ACTIVIDAD

SÚPER NOTA

CUATRIMESTRE

6TO CUATRIMESTRE

LICENCIATURA

M.V.Z

**FECHA DE ENTREGA**

**10 De Junio Del 2023**

# TIPOS DE MARCHANDISING

## ¿QUÉ ES?

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.



### (1) PROMOCIONAL

Son aquellas que tratan de influir directamente en los clientes a través de un producto en específico.

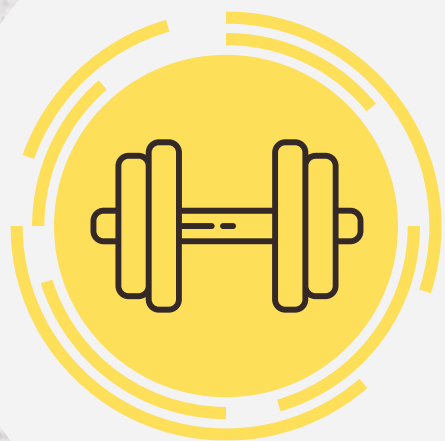
### (2) ROTACIÓN

Se basa en utilizar un espacio preferente para lanzar ofertas y promociones de diferentes productos. "Poner el producto en un lugar específico".



### (3) PROXIMIDAD

Genera relaciones con clientes, facilita la comunicación y entiende mejor el target. "Dónde se hace una demostración del producto".



### (4) SEDUCCIÓN

Consiste en la denominada «tienda espectáculo», y pasa por la concepción del mobiliario específico, la decoración, la información, etc., con el objetivo de dar un aspecto seductor al lineal y a la tienda, para promover la imagen del propio distribuidor.



## BIBLIOGRAFIA

- Antología de la universidad
- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://thecolor.blog/es/5-tipos-de-merchandising>