



Mi Universidad

Nombre del alumno: Juan Daniel López Alcázar

Nombre del tema: Merchandising

Parcial: 1.-

Nombre de la Materia: "Acción promocional".

Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillen.

Nombre de la Licenciatura: "Medicina veterinaria y zootecnia"

Cuatrimestre: 5.-

Lugar y Fecha de elaboración: 21/05/2024 Comitán de Domínguez Chiapas México.

MERCHANDISING

MERCHANDISING

Se basa en lo visual con un 80% de atracción, además del logo, forma, imagen y la marca. Surge con la aparición de actividades en establecimientos comerciales, siendo ligada al comercio tradicional en comercio libre. Teniendo una nueva técnica de venta cuyos principales ejes son la presentación, rotación y beneficios.

➤ El producto se pone al alcance del consumidor eliminando el mostrador y el dependiente.

➤ El vendedor actúa como consultor, por lo que su participación no es imprescindible

➤ Se generaliza la venta en régimen de libre servicio y aparecen las grandes superficies.

TIPOS DE MERCHANDISING

- **Merchandising de organización**

Es la determinación del lugar más indicado y apropiado en el punto de venta considerando la estructuración del espacio por familias de productos.

- **Merchandising por gestión**

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 o exhibir de forma atractiva para así identificar, informar, decorar y ganar espacio equilibrando la atracción de los cinco sentidos del consumidor