



**NOMBRE DEL ALUMNO: JUDITH GUADALUPE PÉREZ MARTINEZ**

**NOMBRE DEL TEMA: EL MERCHANDISING**

**PARCIAL: 1°**

**NOMBRE DE LA MATERIA: ACCION PROMOCIONAL**

**NOMBRE DEL PROFESOR: SALOMON VAZUQUEZ GUILLEN**

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

**CUATRIMESTRE: 6° A**

**ACCION PROMOCIONAL**  
**TIPOS DE MERCHANDISING.**

**MERCHANDISING POR GESTION.**

¿QUÉ ES?

Es la determinación del lugar mas indicado y apropiado en el punto de venta.

COMO

También favorece las compras por impulso o compras no previstas.

ESTUDIA

- La disposición del punto de venta
- Organización y trazo
- Trazado interior
- Ambientación

**MERCHANDISING DE ORGANIZACIÓN.**

¿QUÉ ES?

Es la determinación del tamaño, lineal de cada sección, reparto lineal en familias y conocer la rotación del producto

SE

Basa en la recopilación y análisis constante de información

- Adecuar la oferta a las nuevas exigencias de los consumidores
- Adoptar la política comercial.

**MERCHANDISING DE SEDUCCION Y ANIMACION.**

¿QUÉ ES?

Es crear secciones atractivas

TRATA

De comunicar con el consumidor en el punto de venta.

- Aspecto de la tienda
- Trato al cliente
- disposición de los productos

# ACCION PROMOCIONAL EL MERCHANDISING.

## SURGIO

Con la aparición de las actividades establecimientos en de actividades comerciales.

Así mismo tiene sus principales ejes son

- Rotación
- presentación
- Beneficio

## Produjo

Un importante cambio en las condiciones de venta

### COMO

- El producto se pone al alcance del consumidor
- Se generaliza la venta en régimen de libre servicio.
- El vendedor actúa como consultor.

## ¿QUÉ ES?



Es el conjunto de técnicas que se aplican en un punto de ventas.

## TIENE

Como Finalidad es poder seguir argumentando o influir sobre el público.

### PARA

Poder mantener un buen merchandising se necesita lo siguiente.

### COMO

- Facilitar una muy buena rotación que permita reciclar.**
- Un análisis de las inversiones publicitarias y promocionales.**
- Incluir un buen conocimiento de las ratios de rentabilidad.**