



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Materia: Acción promocional

Docente: MVZ. Domínguez Figueroa María de Lourdes

ALUMNA: FLORES VARGAS BELEN

**SUPER NOTA “ESTRATEGIA DE MERCHANDISING”**

Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia

Tapachula Chiapas, 24 de mayo del 2025



merchandising de

# proximidad



## Estrategia fuera del local



Publicidad: Vallas publicitarias y espectaculares de analgésicos o suplementos alimenticios marca Bayer en lugares de alto tráfico como avenidas principales, cercanas a clínicas veterinarias, centros comerciales, y áreas de paseo con mascotas.

Patrocinios de eventos veterinarios y de bienestar animal: Participación de Bayer en jornadas de vacunación gratuita, ferias de adopción, y exposiciones de mascotas con un stand de marca donde se ofrezcan demostraciones, consultas rápidas y muestras de productos.



Entrega de kits con muestras gratuitas que contengan material informativo visual sobre la marca Bayer en puntos estratégicos como parques de mascotas, tiendas de alimentos, o a través de asociaciones con clínicas veterinarias.



## Estrategia dentro del local

Visibilidad a nivel del consumidor y su mascota: productos como antiparasitarios y suplementos deben estar ubicados en estanterías a la altura de los ojos, también cerca del mostrador, zonas de espera o salas de consulta.



Punto de venta personalizado: que haya un rincón Bayer en un espacio de la tienda con colores llamativos, con un mostrador aparte donde se vendan y ofrezcan productos exclusivos.

