



**Nombre de alumno:** Eddy Antonio López Pérez

**Nombre del profesor:** sisys Alexandra  
yañes pinto

**Nombre del trabajo:** mapa mental

**Materia:** acción promocional

**Grado:** 6

**Grupo:** A

Comitán de Domínguez Chiapas 13 de junio de 2025

## ¿QUÉ ES EL MERCHANDISING DIRECTO?

Es un conjunto de técnicas de promoción de productos o servicios que se aplican directamente al consumidor, con el objetivo de influir en su decisión de compra sin intermediarios.

Se basa en el contacto directo y personalizado con el cliente.



## ¿CUÁLES SON SUS ELEMENTOS BÁSICOS?

Son herramientas empleadas para captar la atención y generar acción inmediata por parte del consumidor:

- Folletos y catálogos: Información visual y detallada de productos.
- Cupones de descuento: Incentivos económicos para realizar la compra.
- Muestras gratis: Promoción mediante prueba del producto.
- Cartas de venta: Mensajes escritos con enfoque persuasivo y comercial.



# ACCION PROMOCIONAL

## ¿QUÉ ES EL TELEMARKETING Y QUÉ TIPOS EXISTEN?

Es la comercialización de productos o servicios mediante llamadas telefónicas. Se utiliza para informar, vender o dar seguimiento a clientes.

Tipos de telemarketing:

1. Saliente:
  - La empresa llama al cliente.
2. Entrante:
  - El cliente llama a la empresa.
3. Automatizado:
  - Llamadas grabadas o sistemas interactivos (IVR).
  - Uso: Recordatorios, promociones automatizadas, encuestas.

## ¿QUÉ ES EL MAILING Y CÓMO SE UTILIZA?

El mailing es el envío de mensajes publicitarios o informativos a través del correo electrónico o postal, dirigido a una base de clientes o posibles consumidores.

- Objetivo: Promover productos, servicios o eventos.
- Ventaja: Personalización del mensaje.
- Uso común: Campañas promocionales, lanzamiento de productos, boletines informativos.

