



## Mi Universidad

Nombre del Alumno: Ricardo Córdova Santiz

Nombre del tema : MERCHANDISING

Parcial : 2

Nombre de la Materia: ACCION PROMOCIONAL

Nombre del profesor: Sissy Alexandra Yañez

Nombre de la Licenciatura : Veterinaria

Cuatrimestre: 6-A

## ¿QUÉ ES EL MERCHANDISING DIRECTO?

- Es una técnica de venta directa al consumidor final sin intermediarios.
- Permite una relación directa empresa-cliente.

Ejemplo:  
Una empresa de ropa envía catálogos impresos a clientes potenciales para que hagan pedidos por teléfono o en línea.

## ¿CUÁLES SON SUS ELEMENTOS BÁSICOS?

- Mailing (correo físico o digital)
- Telemarketing (llamadas telefónicas)
- Catálogos personalizados
- Bases de datos de clientes
- Seguimiento post-venta

Ejemplo:  
Una empresa de suplementos alimenticios utiliza una base de datos para enviar promociones personalizadas por correo electrónico.

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

- Es el envío masivo de publicidad a través de correo físico o electrónico.
- Se usa para ofrecer productos o promociones a clientes específicos.

Ejemplo:  
Una marca de maquillaje lanza una campaña por email dirigida a mujeres entre 18 y 30 años, con descuentos exclusivos.

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

- Es la venta directa a través de llamadas telefónicas.
- Se clasifica en:
  - Activo: la empresa llama al cliente.
  - Receptivo: el cliente llama a la empresa.

Ejemplo:  
Una compañía de seguros llama a usuarios para ofrecer pólizas de vida (telemarketing activo).

# MERCHANDISING DIRECTO

