



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Dulce lisbeth mejia morales

Nombre del tema : Merchandising Directo

Nombre de la Materia: Acción promocional

Nombre del profesor: Yañes Pinto sissy Alexandra

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y

Zootecnia.

Cuatrimestre: 6

Grupo:A

1 ¿Qué es el merchandising directo?

El merchandising directo es una técnica de marketing que implica la promoción y venta de productos o servicios directamente al consumidor final, sin intermediarios. Se enfoca en crear una relación directa con el cliente para aumentar las ventas y mejorar la fidelidad.

Ejemplo: Stand de maquillaje con pruebas gratuitas en tienda.



MERCHANDISING DIRECTO.

2 Elementos básicos del merchandising directo.

1. Base de datos: Una lista de clientes potenciales o actuales con información relevante.
2. Comunicación personalizada: Mensajes dirigidos específicamente a cada cliente o segmento.
3. Oferta personalizada: Promociones o productos adaptados a las necesidades del cliente.
4. Respuesta directa: Canales de comunicación para que el cliente responda o realice una compra.



3 ¿Qué es el mailing y cómo se utiliza?

El mailing, también conocido como correo directo, es una técnica de marketing directo que implica enviar mensajes promocionales o publicitarios directamente a los clientes potenciales o actuales a través del correo postal o electrónico.

Ejemplo: Email con cupón de descuento por el Día de la Madre.



Tipos de telemarketing:

1. Telemarketing entrante: Los clientes llaman a la empresa para realizar una consulta o compra.
2. Telemarketing saliente: La empresa llama a los clientes potenciales o actuales para promocionar productos o servicios.
3. Telemarketing de ventas: Se enfoca en vender productos o servicios directamente por teléfono.
4. Telemarketing de seguimiento: Se utiliza para seguir a los clientes después de una compra o interacción.

5 ¿Qué es el telemarketing?

Es una técnica de marketing directo que implica utilizar el teléfono para contactar con clientes potenciales o actuales y promocionar productos o servicios.

Ejemplo: Llamada a participantes de un sorteo para ofrecer un producto capilar.

Se utiliza para:

1. Promocionar productos o servicios: Enviar ofertas especiales, descuentos o nuevos productos.
2. Fidelizar clientes: Enviar mensajes de agradecimiento, cumpleaños o aniversarios.
3. Generar leads: Enviar información sobre productos o servicios para atraer nuevos clientes.

Bibliografía:

<https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/direct-marketing/#:~:text=Una%20técnica%20de%20marketing%20que,individualizada%20con%20un%20público%20objetivo.>

<https://www.salesforce.com/mx/blog/emailing-que-es/#:~:text=El%20emailing%2C%20o%20email%20marketing%2C%20es%20una,correos%20electrónicos%20a%20una%20base%20de%20contactos.&text=Tanto%20para%20tus%20clientes%20actuales%20como%20para,comunicación%20más%20cercana%20y%20personal%20con%20ellos.>