

NOMBRE DEL ALUMNO: VALERIA OVILLA LIEVANO

NOMBRE DEL TEMA: MERCHANDISING DIRECTO.

PARCIAL:2

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: LIC SISSY ALEJANDRA YÁÑEZ PINTO

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: 6

COMITÁN 11-06-25



*Mapa  
mental!*




## QUE ES EL TELEMARKETING?

UNA FORMA DE MARKETING DIRECTO QUE UTILIZA LLAMADAS TELEFÓNICAS PARA PROMOCIONAR PRODUCTOS O SERVICIOS A CLIENTES POTENCIALES O EXISTENTES. SE TRATA DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE BUSCA ESTABLECER UN CONTACTO DIRECTO Y PERSONAL EJEMPLO: EL VENDER SARTENES POR TELEFONO.



## TIPOS DE TELEMARKETING!

- SALIENTE (OUTBOUND): LA EMPRESA REALIZA LLAMADAS A CLIENTES POTENCIALES PARA LA VENTA.
  - ENTRANTE (INBOUND): LOS CLIENTES LLAMAN A LA EMPRESA PARA SOLICITAR INFORMACIÓN.
  - POR OBJETIVO:
  - TELEVENTA (COLD CALLING): EL OBJETIVO PRINCIPAL ES CERRAR VENTAS DURANTE LA LLAMADA, UTILIZANDO TÉCNICAS DE PERSUASION.
  - ENCUESTAS TELEFÓNICAS: SE UTILIZAN PARA RECOPILAR DATOS Y OPINIONES DE LOS CLIENTES.
  - SOPORTE AL CLIENTE: SE BRINDA ATENCIÓN A LAS CONSULTAS Y PROBLEMAS DE LOS CLIENTES.
- 



## Que es el Merchandising directo?

- SE REFIERE A LA PRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA, CON EL OBJETIVO DE INFLUIR EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.
- ESTO IMPLICA LA COLOCACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PRODUCTOS, LA DISPOSICIÓN DEL MOBILIARIO DEL ESTABLECIMIENTO

*Merchandising.*



## COMO SE UTILIZA EL MAILING?

- UTILIZA EL CORREO ELECTRÓNICO PARA COMUNICARSE CON UNA LISTA DE SUSCRIPTORES. PARA UTILIZARLO EFICAZMENTE, ES IMPORTANTE CONSTRUIR UNA LISTA DE CONTACTOS VÁLIDOS, CREAR MENSAJES RELEVANTES Y PERSONALIZADOS, Y MEDIR LOS RESULTADOS PARA OPTIMIZAR LA ESTRATEGIA.



## SUS ELEMENTOS BÁSICOS!

COLOCACIÓN DE PRODUCTOS:  
LA DISPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LA TIENDA.


SEÑALIZACIÓN:  
CARTELES, ETIQUETAS Y OTROS ELEMENTOS DE SEÑALIZACIÓN AYUDAN A GUIAR AL CLIENTE.

ILUMINACIÓN:  
LA ILUMINACIÓN ADECUADA PUEDE DESTACAR PRODUCTOS, CREAR UN AMBIENTE AGRADEABLE Y FACILITAR LA COMPRA.

DECORACIÓN:  
LOS ELEMENTOS DECORATIVOS, COMO MUEBLES Y ACCESORIOS.

COMUNICACIÓN:  
EL MENSAJE QUE SE TRANSMITE A TRAVÉS DE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

PROMOCIÓN:  
LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS, A TRAVÉS DE OFERTAS ESPECIALES, DESCUENTOS Y OTRAS ESTRATEGIAS.



## QUE ES EL MAILING?

AL ENVÍO DE INFORMACIÓN PUBLICITARIA O PROPAGANDÍSTICA, GENERALMENTE POR CORREO ELECTRÓNICO, AUNQUE TAMBIÉN PUEDE REFERIRSE AL CORREO POSTAL

EJEMPLO DE SHEIN QUE MANDA CORREOS CON PROMOCIONES

