



Nombre del maestro: Sissy Alexandra Yañez pinto

Nombre de la alumna: Gladis Esthepanie Lobato Garcia

Grado y grupo: 6to A

Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

¿Qué es el merchandising directo?

El merchandising directo es una técnica de marketing que busca incentivar las ventas de productos y servicios mediante el desarrollo de actividades que estimulen la compra por parte de los clientes

¿Cuáles son sus elementos básicos?

- Ubicación estratégica: La disposición de los productos en lugares visibles y accesibles.
- Presentación visual: Diseño atractivo, iluminación adecuada y colores llamativos para captar la atención.
- Material promocional: Uso de carteles, etiquetas y displays para destacar ofertas y beneficios.
- Gestión del inventario: Asegurar disponibilidad y rotación eficiente de productos.
- Experiencia del cliente: Crear un ambiente agradable que motive la compra.

¿Qué es el mailing y cómo se utiliza?

El mailing es una estrategia de marketing que consiste en el envío masivo de correos electrónicos a una lista de contactos con el objetivo de promocionar productos, servicios o eventos. Se utiliza para establecer una comunicación directa con clientes potenciales y fidelizar a

¿cómo se utiliza?

1. Personalización: Adaptar el contenido para que sea relevante y atractivo para cada destinatario.
2. Diseño atractivo: Usar imágenes llamativas, textos claros y llamados a la acción efectivos.
3. Automatización: Utilizar herramientas especializadas para programar envíos y analizar resultados.
4. Cumplimiento de normativas: Respetar las leyes de protección de datos y ofrecer la opción de darse de baja.

5. Review

El telemarketing es una estrategia de marketing directo que utiliza llamadas telefónicas para contactar a clientes potenciales o existentes con el objetivo de promocionar productos, servicios o realizar ventas. Es una herramienta efectiva para generar leads, fidelizar clientes y recopilar información valiosa.

Tipos de telemarketing:

1. Telemarketing saliente (outbound): La empresa realiza llamadas a clientes potenciales para ofrecer productos o servicios.
2. Telemarketing entrante (inbound): Los clientes llaman a la empresa para solicitar información, hacer compras o recibir soporte.
3. Televenda (cold calling): Se contacta a personas que no han mostrado interés previo en el producto, buscando captar su atención.
4. Encuestas y estudios de mercado: Se realizan llamadas para recopilar información sobre preferencias y tendencias de los consumidores.