



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
Acción promocional
U2 6to B
Docente: Sissy Alexandra Yañez Pinto
EMVZ: MARÍA JOSÉ AGUIRRE ALBORES

¿QUE ES EL MERCHANDISING DIRECTO?

Es una estrategia de comunicación comercial que busca establecer una relación personalizada y directa con el cliente potencial o existente, sin intermediarios, con el objetivo de generar una respuesta medible, como una compra, una solicitud de información o una suscripción

Ejemplo: una empresa de alimentos podría enviar muestras de sus productos a clientes potenciales junto con un folleto promocional y un cupón de descuento para una primera compra.

¿CUÁLES SON SUS ELEMENTOS BÁSICOS?

- la disposición del producto
- la iluminación
- la señalización
- el color
- el espacio
- la creación de una atmósfera que incite a la compra

Ejemplo: El ambiente de la tienda, la presentación del producto, la distribución de los productos en la tienda etc

¿QUE ES EL MAILING Y CÓMO SE UTILIZA?

es una estrategia de marketing digital que utiliza el correo electrónico para comunicarse con una lista de contactos, ya sean clientes o potenciales clientes, con el objetivo de promocionar productos, servicios, novedades o información relevante de una empresa

Ejemplo: Por aniversario, la empresa regalará un producto a elegir con valor de \$100 a nuestros clientes más potenciales, llegándoles esta información a su correo anteriormente proporcionado

¿QUE ES EL TELEMARKETING Y QUÉ TIPOS EXISTEN?

es una técnica de marketing directo que consiste en contactar a clientes potenciales o existentes por teléfono para promocionar productos o servicios, generar ventas o brindar atención al cliente sus tipos son activo (llamadas salientes) y pasivo (llamadas entrantes)

Un ejemplo de telemarketing podría ser una empresa que llama a clientes potenciales para ofrecerles un descuento en sus servicios o productos

MERCHANDISING DIRECTO