

Comportamiento

Conjunto de actividades que impulsan la decisión de compra.

## Marketing-mix y merchandising

### Campo de acción

Se considera la presencia del producto en el lineal.

# Forma de gestión

orientada a las ventas.

Obietivo Optimizar la rentabilidad. Maria del Sol Vazquez R 201845445 24-Enero-2022 Diseño y MKT II 32335

Estructura Análisis del espacio Presentación del producto Puntos de venta

#### Tienda

Objetivo fundamental \*Potenciar la venta \*Máxima rentabilidad

#### Lineal

Acto de compra Exposición del producto

#### Presencia

\*Punto de venta \*Lo más buscado \*Rotación de producto \*Surtido \*Apariencia \*Calidad

#### Valor al cliente

\*Promociones \*Regalos \*Rebajas \*Muestras

Atraer al cliente Ofrecer el producto Estimular la compra Dar resultados

