

Merchandising según la vida del producto

La vida del producto nos definirá la política de marketing respecto al:

- Merchandising de Nacimiento: Son acciones como degustaciones, folletos, stands informativos, ofertas de lanzamiento, etc.
- Merchandising de Ataque: Se busca fidelizar a los clientes y lograr a nuevos. Son importantes las actividades de animación en el punto de venta y las campañas promocionales relacionadas con el artículo.
- Merchandising de Defensa: La fase para prolongar la fase de decadencia del producto, evitando la pérdida de posicionamiento en el lineal y procurando obtener la colaboración del distribuidor que, debido a la bajada en las ventas, pierde interés en la defensa del producto.
- Fuente: Nociones de merchandising