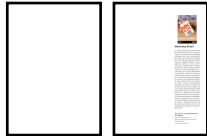
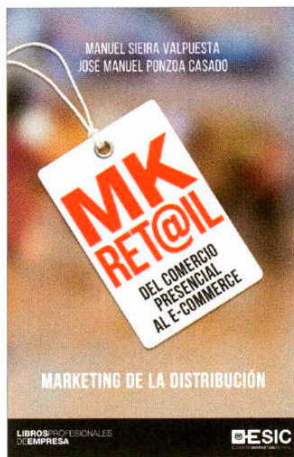


Tirada: 6000	RETAILACTUAL		Superficie: 190 cm²	Ocupación: 30.46%	
Difusión: 6000	Nacional	Bimensual			
Audiencia: 21000	Alimentación		Página: 11		1 / 1
Ref: 10525678	1ª Edición	01/09/2018			



Marketing Retail

Es difícil entender la situación de la distribución actual sin entrar a valorar las técnicas de marketing utilizadas por los comerciantes que han desarrollado el mercado por medio de sus redes de tiendas físicas o establecimientos. La llegada de Internet y, como consecuencia, la aparición del comercio electrónico, ha permitido el desarrollo de nuevos operadores comerciales que están adquiriendo importantes cuotas de mercado a costa de las fórmulas presenciales. Los distribuidores que lideran el comercio con establecimientos no han logrado frenar el impulso de estos nuevos distribuidores virtuales, que están actuando de forma muy dinámica y audaz. Es, por lo tanto, previsible que se esté avanzando hacia un nuevo equilibrio en la distribución mundial. Este libro realiza un recorrido desde el posicionamiento estratégico hasta la aplicación de las acciones del marketing retail. Tanto en la oferta y comunicación de los productos en tienda, como en su ordenación y exposición en las páginas web.

Manuel Sieira y José Manuel Ponzoa

Esic Editorial

Avda. de Valdenigrales, s/n
 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
 Tel 914 524 133
www.esic.edu/editorial