

1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)



1. [El marketing](#)
2. [El merchandising](#)
3. [La superficie de ventas en un establecimiento comercial](#)
4. [La circulación de los clientes en el punto de venta](#)
5. [Métodos para calentar puntos fríos](#)

[Organizo mis ideas](#)

1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

1. El marketing



El marketing

Se define como el conjunto de actividades que una empresa realiza para identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes de manera rentable.

Pirámide de Maslow



Marketing mix



1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I) 2. El merchandising



Definición

Es el conjunto de estrategias, prácticas y técnicas que tienen como objetivo impulsar las ventas de productos en un punto de venta para rentabilizar el espacio destinado a la venta.

Comercio tradicional

Ventajas

Experiencia sensorial Relaciones personales Inmediatez Pago seguro

Inconvenientes

Limitación geográfica Horarios Incremento de determinados costes Más robos

Comercio electrónico

Ventajas

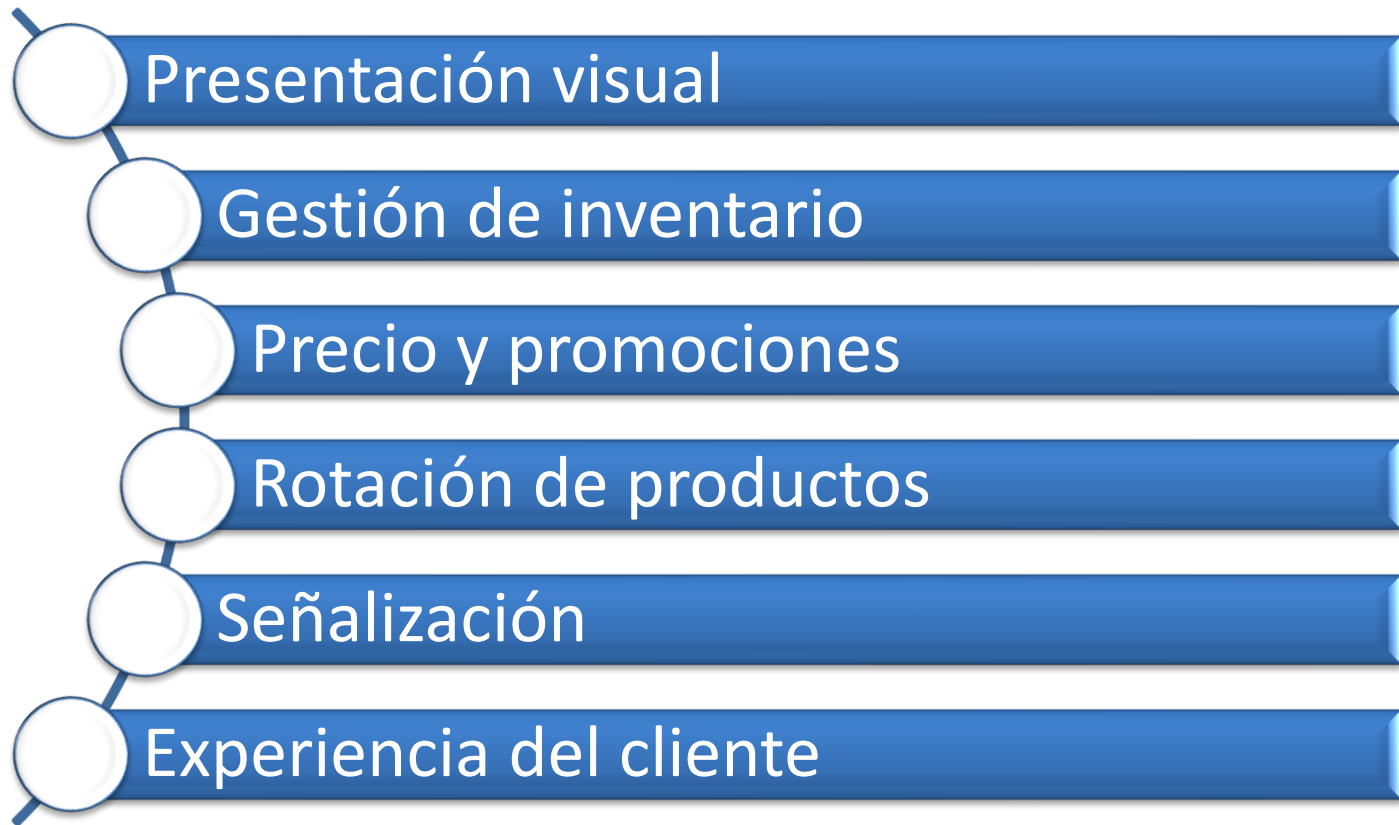
Acceso global Disponibilidad 24/7 Menores costes operativos Facilidad de comparación

Inconvenientes

Falta de experiencia sensorial Problemas de seguridad Dependencia tecnológica Proceso de devolución más complejo



Prácticas habituales en el *merchandising*



1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I) 2. El merchandising

Tipos de merchandising

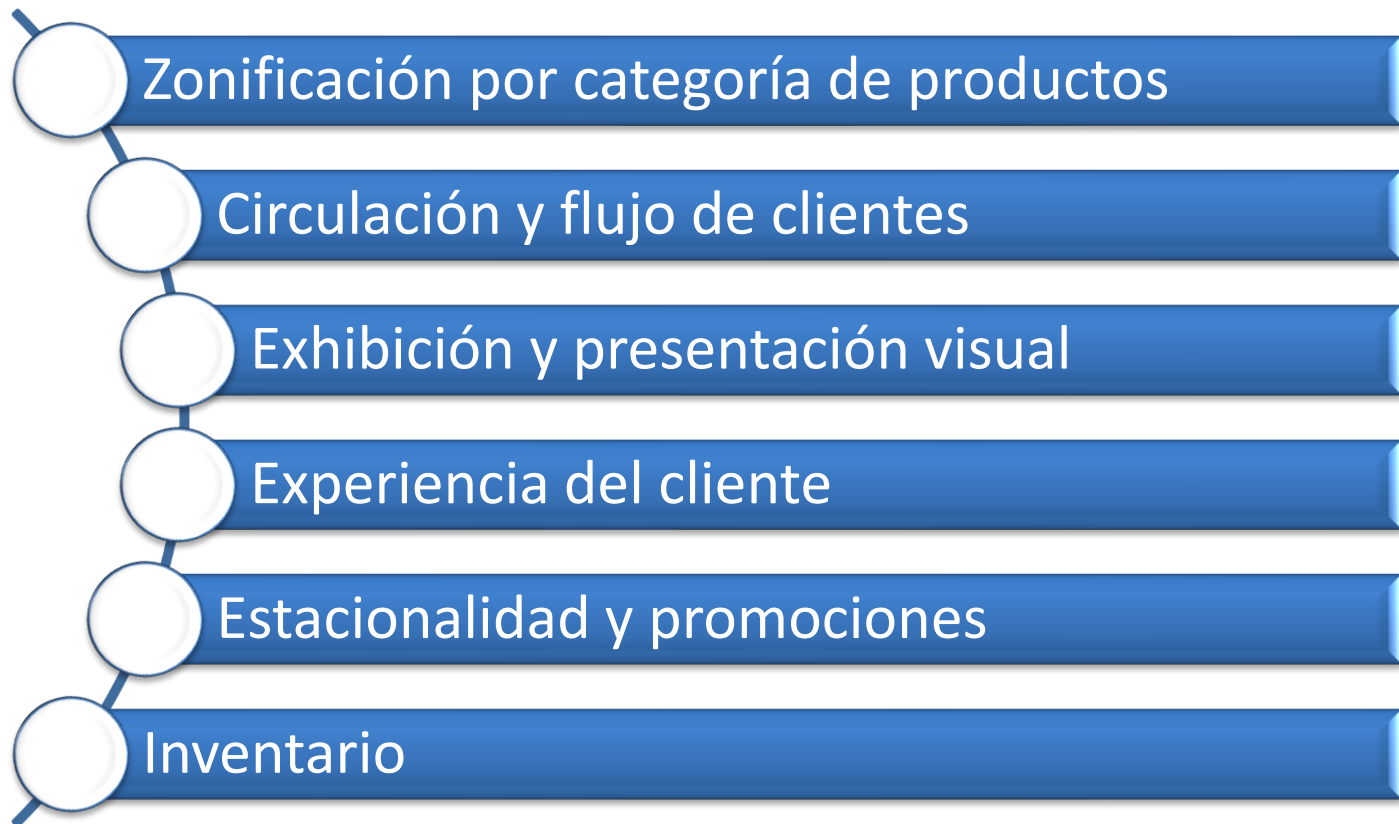
Tipos	Definición	Objetivo
Visual o de presentación	Implica la presentación visual de productos en el punto de venta para atraer la atención de los clientes.	Mejorar la visibilidad, destacar productos clave y crear una experiencia de compra atractiva.
De producto	Se centra en la presentación física y la disposición estratégica de productos para impulsar las ventas.	Maximizar la visibilidad, fomentar la compra impulsiva y optimizar la disposición de los productos.
De precio	Utiliza estrategias de fijación de precios y presentación de etiquetas para influir en el consumidor.	Destacar ofertas, promociones especiales y estrategias de precios competitivos.
Sensorial	Engloba el uso de los sentidos para crear una experiencia de compra memorable.	Estimular emociones y conexiones emocionales con los productos y la marca.

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

3. La superficie de ventas en un establecimiento comercial

La superficie de ventas en un establecimiento comercial

Es el área o espacio físico (cubierto o no cubierto) dedicado a la exhibición y venta de productos o prestación de servicios.



1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

3. La superficie de ventas en un establecimiento comercial

Es importante eliminar las barreras físicas y/o arquitectónicas que puedan dificultar el acceso a personas con movilidad reducida.



Rampas de acceso.



Puertas accesibles.



Baños accesibles.



Estacionamientos accesibles.



Pasillos y espacios.



Ascensores y plataformas elevadoras.

1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

4. La circulación de los clientes en el punto de venta



Las compras

Una compra es el proceso mediante el cual una persona adquiere un producto o servicio con el fin de satisfacer una necesidad.



Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

4. La circulación de los clientes en el punto de venta



Los tipos de compras

Según la frecuencia

- Rutinaria
- No rutinaria

Según el propósito

- Planificada
- Por impulso

Según el grado de urgencia

- Urgente
- No urgente

Según la motivación

- Por placer
- Por necesidad

Métodos de compra

Webrooming

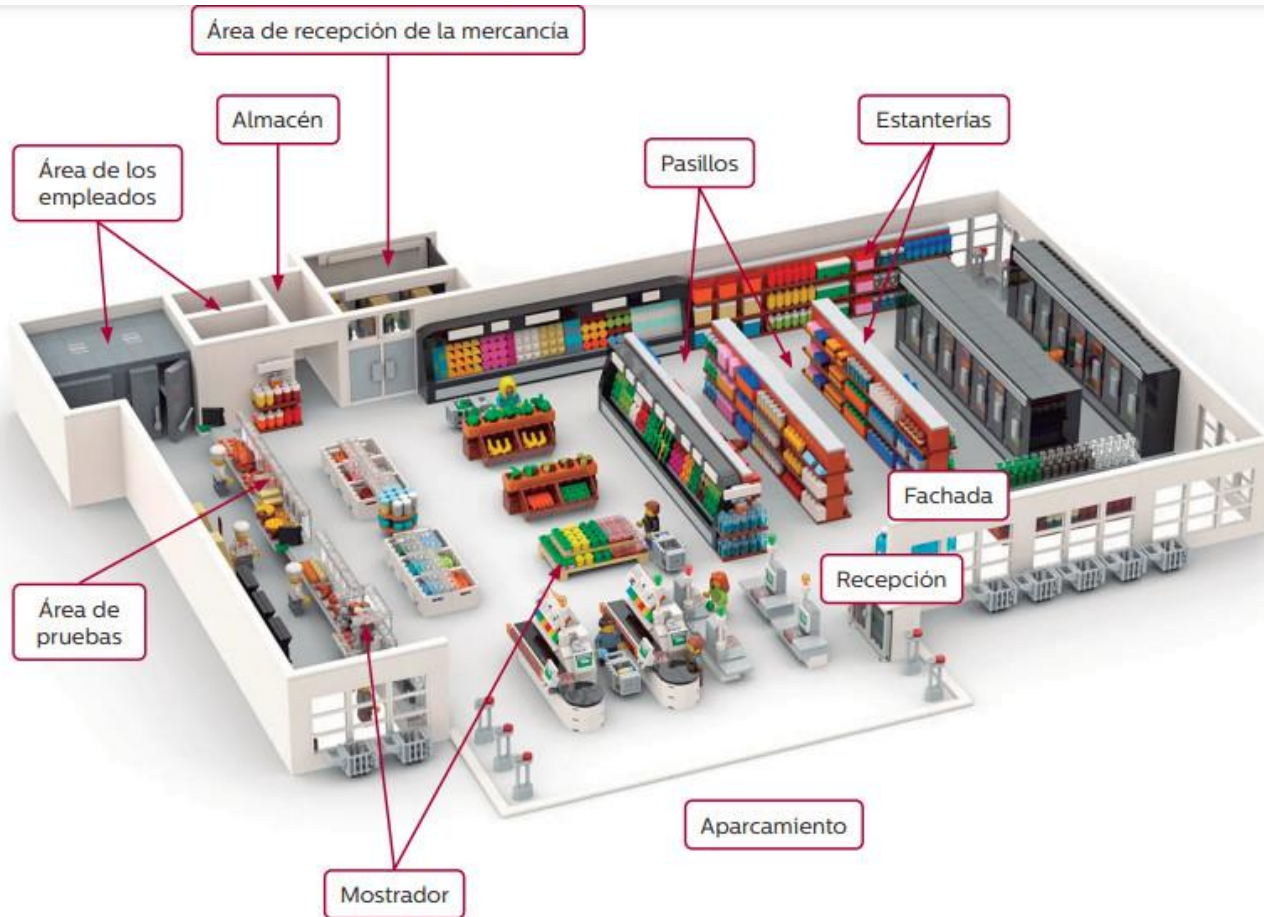
Showrooming

1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I) 4. La circulación de los clientes en el punto de venta



Ubicación de los sectores más importantes



1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

5. Métodos para calentar puntos fríos



Métodos físicos

- Iluminación y colores
- Distribución espacial
- Ubicación de cajas (diseño físico)
- Elementos visuales y gráficos

Métodos psicológicos

- Precios
- Sensación de urgencia
- Música ambiental
- Olores agradables
- Ubicación estratégica de las cajas (última oportunidad para influir)
- Personalización y recomendaciones

1

Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I) Organizo mis ideas

