ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN EL PUNTO DE VENTA

Línea de Estrategia Comercial- SEA empresarial

SEA Empresarial | Corporación Mundial de la Mujer Colombia

El punto de venta es el sitio donde el cliente tiene contacto directo con el producto, conoce sus características y beneficios y toma la decisión de compra, por lo que es necesario implementar técnicas comerciales que permitan potenciar la presentación de los bienes o servicios que se están ofreciendo.

1. **Fachada:** Debe tener un diseño llamativo y creativo que comunique un concepto, que impacte y motive el ingreso de los posibles clientes.

2. **Vitrinas externas:** El diseño de la vitrina debe trabajarse con criterios de comunicación, sencillez y sobre todo creatividad, para resaltar las cualidades de los productos o servicios que se venden.

3. **Diseño y decoración al interior del local:** Se debe tener en cuenta la ubicación de las secciones y la circulación interna, la distribución de los productos y la ambientación.

4. **Material de punto de venta:** Debe ubicarse en lugares que tengan buena visibilidad y no cargar el establecimiento con muchos de ellos.

5. **Exhibición de productos:** Es ubicar los productos de acuerdo a su tipo y su momento de consumo. Hay necesidad de identificar si es un productos de demanda, de compra impulsiva, de gran selección o de moda.

6. **Promociones:** Utilizar promociones para aumentar las ventas, mejorar la rotación, lanzar un producto o marca nueva, llamar la atención sobre una sección, atraer nuevos clientes o dar a conocer los cambios de un producto.