



MERCHANDISING

Enrique Romero Farrera

Acción promocional

Karina Maricruz Pérez Guillen

26 de Mayo del 2020

Correo electrónico: enrique0760719@hotmail.com

Merchandising

Concepto

Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento".

Función

Aumentar y motivar las ventas, siempre y cuando sea rentable y satisfaga la necesidad de los clientes.

Ventajas

- Favorece las ventas
- Influye en el tiempo de estancia en el shopper
- Optimiza la rotación del producto
- Maximización de productos imán
- Aumento de ventas de productos no visibles
- Hace más atractivo y como el retailer

Características

- Enfocado al posicionamiento del producto
- Se lleva a cabo en el punto de venta interior – exterior
- No solo es el empaque sino la experiencia de compra
- Necesita ser planeado
- Es la lógica comercial del punto de venta.

Tipos

Merchandising de presentación

- Disposición exterior
- Ambientación
- Trazado interior
- Organización de mercancía

Merchandising de gestión

- Estudio de mercado
- Gestión del surtido
- Comunicación
- Determinación del espacio lineal

Merchandising de seducción

- Aspecto de la tienda
- El trato al cliente
- Disponibilidad del producto
- Surtido
- Promociones
- publicidad