



NOMBRE DE ESTUDIANTE:

Adly Candy Vázquez Hernández

DOCENTE:

Lic. Jessica Alejandra Velázquez Cortez

MATERIA:

Taller del emprendedor

TEMA:

“5 Productos que implementan Merchandising”

CARRERA:

Medicina Humana

SEMESTRE:

7°

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

10/10/2021

PRODUCTOS QUE IMPLEMENTAN EL MERCHANDISING

APPLE

Se caracteriza su fijación por el **diseño** y su apuesta por la **innovación**, ambos conceptos son reforzados con su merchandising. El minimalismo y la sofisticación de las tiendas así como su journey customer en cuanto a la atención al cliente, hacen de Apple una marca experta en el servicio personalizado sin perder su identidad. Desde la iluminación blanca que mantiene la frescura del lugar hasta la distribución de los productos, crean un atmósfera con corte high tech totalmente acorde a la marca que evoca la calidad buscada por los consumidores haciéndolo resaltar la calidad de sus productos.



COCA COLA

Todos relacionamos a la Coca Cola con determinados momentos, sentimientos, colores y todo es gracias al departamento de marketing y creatividad que tienen, que es de los más potentes del mundo. El eslogan era claro: mismo sabor, cero azúcar. Pero era un mensaje que creaba reticencias entre los consumidores puesto que, a priori, si al algo le quitas el azúcar, sabe diferente. Este se vale de distribuidores y estrategias con puntos de venta. Pero podemos hacer memoria y recordar que cuentan siempre con sus propios refrigeradores y estanterías según las campañas y estrategias que estén en función.



Cabe mencionar que es una de las marcas que constantemente se vale de micro estrategias por temporadas y cada una con diferentes características que involucran a sus consumidores. Ya sea que exista un punto de venta promocional dentro de un centro comercial, se regalen algunos producto o bien encontremos artículos promocionales como tazas, bolsas ecológicas etc.

IKEA

Ikea en sí misma es un ejemplo claro de revolución en el **merchandising**.



Nacieron hace muchos años en una industria completamente homogénea donde los modelos, los colores y los precios eran cada vez más parecidos. Pero ellos decidieron ponerlo todo del revés.

Si hace años alguien nos hubiera dicho que íbamos a pasarnos el día en una tienda de muebles (en ocasiones, incluso como forma de ocio y no por necesidad de comprar ningún mueble en especial), que nos compraríamos una estantería para el salón, que nos la llevaríamos en el coche y que después teníamos que montarla nosotros, habríamos dudado bastante. Pero el caso de Ikea no es solo una cuestión de precios, es toda una **experiencia en el punto de venta**: una única dirección de movimiento (que te hace pasar por todas las secciones antes de marcharte), una guardería y hasta un restaurante. Antiguamente una tienda de muebles era un lugar sobrio, elegante y muy formal, pero Ikea cambió el concepto: presentó muebles de colores que podías tocar, probar, sentarte y hasta echarte la siesta. **Fueron los primeros** en colocarlo todo y crear ejemplos de uso, para demostrar lo bien que quedaría ese mueble en tu casa y lo mucho que podían aprovechar el espacio.

KYLIE COMESTIC

Un ejemplo totalmente actual de Merchandising ya que partió desde el en el medio digital. Esta marca de cosméticos se ha posicionado con el boom de las Beauty Bloggers que han crecido de manera masiva en plataformas como YouTube e Instagram. Además (y sin demeritar el producto) se han hecho valer a través de la imagen pública de su propietaria Kyle Jenner. Aunado a esto los productos hacen un buen uso de la psicología del color en sus empaques y envases manteniendo una línea de diseño muy acorde a su consumidor que principalmente son mujeres.



Abercrombie&Fitch

A pesar de estar fundada en 1892, la marca de moda joven Abercrombie&Fitch tuvo su particular **boom** alrededor de 2012. La estrategia detrás de su éxito arrollador fue el cambio de target. Pasaron de vender ropa a todo tipo de clientes a fijar toda su atención en un target de entre 14 y 25 años aproximadamente. Con este ejemplo, podemos ver perfectamente como el merchandising ayudó a llevar a cabo una estrategia tan importante como un **nuevo posicionamiento de mercado**. Si alguna vez habéis entrado en alguna de sus tiendas, sabréis que son algo características. Crearon también una tendencia con respecto al merchandising: luces tenues que juegan con los **focos de atención** en las prendas, muebles grandes, **oscuros** y sobrios sobre los que descansan prendas muy **coloridas**, un fuerte olor a su propia colonia, la música a un volumen alto y un personal muy definido: todos los chicos y chicas que trabajan allí podrían, perfectamente, ser **modelos**.

