



ACCIÓN
PROMOCIONAL
MERCHANDISING DE GESTIÓN.



Merchandising

- *se define como un conjunto de artículos publicitarios que se emplean para promocionar un producto, servicio o una marca concreta”.*



¿Qué es el merchandising de gestión.

- también denominado merchandising estratégico, es la de **llevar a cabo una gestión eficiente de un establecimiento y de los elementos de los que se compone para conseguir la mayor rentabilidad posible.**
- el merchandising de gestión está basado en la distribución de los espacios y los lineales de nuestro establecimiento.



Este tipo de merchandising de gestión engloba todo lo que es:

- Estudiar a nuestro público objetivo.
- Llevar a cabo una correcta optimización del lineal y gestión de nuestro espacio de venta.
- Gestionar adecuadamente el surtido de productos.
- Animar a los clientes que acudan a nuestro negocio haciendo uso de promociones y publicidad en el punto de venta.

Tipos de merchandising de gestión

- un ejemplo de merchandising de gestión del espacio, es el de los supermercados. Estos disponen de lugares concretos para cada producto y los proveedores suelen pelearse con ellos para que su producto aparezca en el sitio que quieren. En este sentido, es normal ver carteles que llamen la atención y con colores llamativos para anunciar las ofertas.



Gestión del ambiente.

- Dentro de este tipo de merchandising de gestión se encuentran los colores, la iluminación, las formas, el personal del establecimiento, etc. Estos aspectos nos ayudan a transmitir sensaciones a los clientes.



Gestión por categorías

- Se emplea para tener orden en el establecimiento, pero también para ayudar a que nuestros consumidores sean capaces de encontrar fácilmente los productos que buscan



Gestión de las existencias

- se basa en el correcto manejo de los datos, por eso es muy importante saber qué productos tenemos en nuestro establecimiento que sean estacionales en el tiempo.



Gestión de relaciones con el cliente

- es la forma más segura de crear lealtad con tus clientes, ya que una buena relación con ellos nos otorga confianza y valor.



- Nuestro establecimiento deberá de ser capaz de transmitir a nuestros actuales clientes una sensación de comodidad, novedad y diferenciación con respecto a la competencia

