

8 CLAVES PARA LA EXHIBICIÓN EN FERRETERÍAS

La decisión de compra y por lo tanto el éxito en las ventas tienen una relación directa demostrada con la forma en la que los productos son exhibidos en el punto de venta.



Llamativa, organizada y agradable a la vista. Así debe ser la exhibición de los productos en las vitrinas y estantes de las ferreterías con el fin de motivar la intención de compra de los clientes e impulsar las ventas. Estas claves le darán la oportunidad de innovar, mejorar su punto de venta y aumentar las ganancias de su ferretería.

ORDEN POR CATEGORÍAS

Una buena organización de los productos dentro de las vitrinas y estanterías ayudará a que los compradores ubiquen rápidamente lo que desean adquirir. Lo ideal es que los artículos estén exhibidos por categorías y así mostrar que se ofrece gran variedad de opciones.

La importancia de la organización por categoría radica en el conocimiento que se tenga del comprador o shopper. La organización ideal por categorías debe ser tal que ayude a que el comprador conecte de mejor manera con los productos y que le ayude a tomar su decisión de compra de manera más fácil.

Por ejemplo, Si ya se tiene conocimiento de los productos más solicitados por sus clientes fidelizados, será importante ubicarlos siempre en un lugar de gran exposición en el punto de venta.

EXHIBICIÓN DINÁMICA

Darle movimiento a la ubicación de los productos dará la sensación de cambio e innovación a los clientes. También, cada cierto tiempo deberán incorporar a sus vitrinas y estanterías artículos novedosos que den al cliente más opciones de compra.

Estrategias de productos de temporada o productos in and outs son buenas formas de introducir una dinámica adecuada en la exhibición para que los visitantes frecuentes sientan que el punto de venta está en constante actualización.

LA ILUMINACIÓN

Un punto de venta luminoso o bien iluminado es indispensable para lograr que los clientes visualicen todos los productos a su alrededor, una vez lleguen a la ferretería. Además, la luz ayudará a destacar esos artículos que más se desean vender. Se dice que la iluminación adecuada aumenta las ventas hasta en un 6%; este estimado funciona sobre todo para categorías de consumo masivo, alimentos y artículos del hogar.

UNA EXHIBICIÓN QUE INVITE A INTERACTUAR

Desde el punto de venta pueden regalárles una experiencia placentera a sus clientes. Además de organizada, una exhibición limpia y con todos sus productos en perfecto estado serán determinantes en la decisión de compra y en el retorno de los compradores.

Mantener la exhibición siempre agradable y que invite a interactuar es la mejor forma de contribuir con las ventas. Las exhibiciones que están descuidadas, con polvo, los productos desordenados y sucios, presentan menor resultado en ventas que aquellas que son mantenidas de manera adecuada.

LA ASESORÍA

Una buena asesoría será clave para impulsar la intención de compra, y además el cliente lo agradecerá. Por lo tanto deben acompañar y guiar al cliente hacia la mejor opción, y de esta manera él se irá satisfecho y regresará pronto.

La asesoría en el punto de venta es una variable estratégica, ya que las exhibiciones por sí solas son difíciles de activar. Es el personal de la tienda quienes deben contribuir con la información y guía de los compradores a través de la exhibición.

ALIANZAS CON MARCAS

El respaldo y la garantía son primordiales para los compradores. Por esto serán claves las alianzas con marcas ya posicionadas y que sean un referente de calidad en el mercado, para lograr un apalancamiento seguro.

EL AUTOSERVICIO

El autoservicio es una de las tendencias del sector ferretero. Con esto los clientes tendrán la posibilidad de explorar el punto de venta, de conocer la variedad de productos y de elegir por sí mismos el artículo indicado.

SER LOS PRIMEROS

Un punto de venta innovador despertará curiosidad en los compradores. Por eso siempre se debe procurar ser los primeros en ofrecer nuevos productos y en implementar las tendencias y avances del sector.



Por Daniel Pérez Pérez
Gerente General de
Views Corporation

Es economista con especialización en Mercadeo Estratégico. Es Black Belt (cinturón negro) de la metodología SixSigma y se ha desempeñado en cargos comerciales y de mercadeo. Desde hace 7 años dirige la firma de consultoría Views Corporation, que se especializa en la rentabilización de canales y puntos de venta. Es conferencista, columnista y profesor en áreas de marketing y ventas.



views