



ÁREAS DE VENTA EN UNA TIENDA FÍSICA

Estrategias de venta

¿Cómo deben situarse las secciones entre sí?

LUGAR FÁCIL DE ORIENTAR

No solo hay que saber dónde colocar cada una de las secciones, sino que también tienen que guardar un orden lógico que facilite la orientación y compra de los clientes en el establecimiento.

DISPOSICIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Este es un punto importante a considerar a la hora de gestionar una tienda, y esto depende de la actividad económica del negocio. Se deben tomar en cuenta algunas consideraciones:

- **Productos de atracción:**

Son los más vendidos, deben colocarse distantes para que el cliente recorra la mayor parte del negocio posible.

PRODUCTOS DE COMPRA RACIONAL O IRRACIONAL

Los productos de compra impulsiva es recomendable situarlos en cajas (leche), mientras que los de compra más reflexiva (electrodomésticos) necesitan una zona amplia y libre de agobios.

CONSERVACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Algunas secciones de productos, han de situarse en las proximidades de la sala de despiece y limpieza de productos.



Zonas en las que mostrar

ZONA FRÍA

- Son, naturalmente, espacios de poca circulación y concentración. Están alejadas de la entrada y de las cajas.
- Zonas menos iluminadas.
- Partes posteriores a las columnas. Rincones de la tienda.
- Áreas ruidosas. Zonas sucias.
- Zonas con corrientes de aire. Zonas que huelen mal.
- Niveles de estanterías demasiado altos o bajos.

ZONA DE EXPOSICIÓN

Son aquellas en las que se persigue dar imagen del amplio surtido. La exposición de productos tiene que adecuarse a la imagen global del establecimiento y a la imagen corporativa de la empresa o marca.

Son zonas expositivas de un establecimiento:

- Escaparates
- Vitrinas.
- Exposiciones
- Mostradores.

ZONA DE MOSTRADORES

Los Mostradores en el comercio tradicional, servía para separar las zonas ocupadas por los clientes y dependientes y para depositar los productos demandados, con el fin de que el posible comprador pudiera examinarlos.

En la actualidad, aunque su uso ya no es tan vital, sigue cumpliendo su papel. En muchas tiendas, es la ubicación de la caja y el lugar en el que el comerciante termina la venta.

ZONA CALIENTE

- Son espacios de alta circulación y de concentración de personas.
- Zona central del establecimiento. Zonas cercanas a los lugares de espera. Zonas más iluminadas.
- El área próxima a las cajas de salida. Las áreas próximas a la balanza.
- Espacios destinados a las promociones.
- Altura de las estanterías a nivel de los ojos y a nivel de las manos.

ZONA DE CAJA

Si nos centramos en las zonas de caja, se puede decir que se trata de un emplazamiento estratégico. Representa el contacto más frecuente con la clientela, a la que puede informar; permite argumentar, cobrar y vigilar la superficie de venta.

Los criterios de ubicación de las cajas son:

- No muy cerca de la salida, para así, evitar que un tapón en la caja perturbe la entrada de clientes.
- Tampoco demasiado lejos de la salida para, así poder vigilar a los clientes que salen y acoger a los que entran.



GRACIAS