ANEXO

MOSTRADORES DE ALIMENTACIÓN PERECEDERA

1. AGRUPACIÓN ESTRATEGICA DE PRODUCTOS
2. LOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PRODUCTOS
3. PRESENTACIÓN ESTRATÉGICA: IMPLANTACIÓN Y EXPOSICIÓN

1 AGRUPACIÓN ESTRATEGICA DE PRODUCTOS

Existen DOS tipos de agrupación de productos:

- En función de su naturaleza [FAMILIAS].
- En función de SU USO Y/O CONSUMO.

Vamos a basarnos en un ejemplo de CARNECERÍA

NATURALEZA [FAMILIAS]

Se trata de agrupar los artículos en función de las familias que componen una determinada sección.

Por ejemplo, la sección de CARNICERIA se agrupa en función de las familias que componen la sección de CARNES:

POLLO
GALLINA
PAVO
CONEJO

CERDO
TERNERA
CORDERO
EMBUTIDO REGIONAL

POR SU USO Y/O CONSUMO

Se trata de agrupar los artículos en función del uso y/o consumo de los mismos.

Siguiendo con el ejemplo de la sección de CARNICERIA, se agrupan los productos en función de su uso y/o consumo:

FILETES DE PECHUGA EMPANADOS
JAMONCITOS
HAMBURGUESAS
CALDOS DE POLLO Y GALLINA
CROQUETAS DE POLLO
ELABORADOS DE AVE
COCIDOS
LENTEJAS…
PASTEL DE CARNE
FILETE RUSO
ALBONDIGAS
FILETES PLANCHA
ASADOS
CARNES Y EMBUTIDOS BARBACOA
ETC…

Mediante la combinación de las dos agrupaciones conseguimos aumentar las compras por impulso. La idea es presentar múltiples opciones de compra para desencadenar compras por impulso.
LAS VENTAS POR IMPULSO PUEDEN AUMENTAR ENTRE UN 20 – 30%

2 LOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PRODUCTOS

La localización estratégica de los artículos en el mostrador, resulta de vital importancia para que los clientes vean más productos y compren más. Existe una relación directa entre ver y comprar.

Veamos algunos ejemplos: CARNICERIA Y PANADERÍA

CROQUIS DEL MOSTRADOR DE CARNICERIA

MEDIA - ROTACIÓN TERNERA - CODERO	BAJA ROTACIÓN USO Y CONSUMO ELABORADOS	ALTA ROTACIÓN POLLO - CONEJO

Dirección del flujo de circulación de clientes

La baja rotación y los productos elaborados se localizan en el centro del mostrador.

La alta rotación, es decir, los productos más vendidos (generalmente el pollo) se localizan al fondo del mostrador, con el fin de generar “circulaciones largas” en busca de los productos más vendidos. El cliente en la búsqueda de estos productos de alta rotación “encuentra” otros que no tenía intención de comprar.

CROQUIS MOSTRADOR DE PANADERÍA

MEDIA - ROTACIÓN BOLLERIA	BAJA ROTACIÓN USO Y CONSUMO PASTELERÍA	ALTA ROTACIÓN PAN

Flujo de circulación de clientes

La alta rotación, es decir, los productos más vendidos (generalmente el pan) se localizan al fondo del mostrador, con el fin de generar “circulaciones largas” en busca de los productos más vendidos. El cliente en la búsqueda de estos productos de alta rotación “encuentra” otros que no tenía intención de comprar.

Esta presentación permite la búsqueda de los productos necesarios de alta rotación que generan un destino hacia el fondo del mostrador y, por tanto desencadenando compras por impulso.

CROQUIS MOSTRADOR

MEDIA ROTACIÓN	BAJA ROTACIÓN USO Y CONSUMO	ALTA ROTACIÓN PRODUCTO DESTINO

Flujo de circulación de clientes

El cliente en la búsqueda de los productos necesarios previstos, encuentra otros artículos que no tiene intención de comprar, pero el hecho de verlos bien presentados puede desencadenar compras por impulso.

LOCALIZACIÓN DE LA CAJA REGISTRADORA

CAJA REGISTRADORA

MEDIA ROTACIÓN	BAJA ROTACIÓN USO Y CONSUMO	ALTA ROTACIÓN PRODUCTO DESTINO

Flujo de circulación de clientes

EL POLLO SE PRESENTA AL FINAL DEL MOSTRADOR, LOS ELABORADOS EN EL CENTRO Y EL CERDO Y LA TERNERA AL PRINCIPIO

3 PRESENTACIÓN ESTRATÉGICA: IMPLANTACIÓN Y EXPOSICIÓN

Las diferentes familias que componen la sección de productos perecederos, se agrupan verticalmente. Es decir la implantación debe ser en vertical por familias o en función de su uso y consumo.

La implantación consiste en agrupar familias en función de su naturaleza o en su uso y consumo. Mediante un barrido visual horizontal del observador, permitirá ver la totalidad de las familias que componen el surtido del mostrador.

La exposición consiste en agrupar diferentes productos de manera llamativa, a través de colores y composiciones. Se aconseja utilizar el centro del mostrador para la exposición de productos, como si fuera un escaparate.

CROQUIS MOSTRADOR FRUTAS

MANZANAS	PERAS	MELOCOTON	CESTA EXPOSICIÓN MULTICOLOR	CIRUELAS	KIWIS	**PLATANOS**

Flujo de circulación de clientes

- Las familias deben presentarse implantadas VERTICALMENTE.
- Las familias de alta rotación se presentan en los extremos del mostrador.
- En el centro hay que realizar una exposición atractiva de productos.
- Hay que realizar una combinación de colores muy llamativa.
- Los productos de color rojo y amarillo se presentan en los extremos para "dirigir" la mirada del observador en los extremos aumentando la visibilidad de los restantes productos.
- En el centro una hay que lograr una exposición MULTICOLOR formada por varios productos. EL CENTRO ES EL ESCAPARATE DEL MOSTRADOR DE PERECEDEROS.