

Evaluación de la efectividad de las estrategias de merchandising en la sección de panadería aplicadas en Supermaxi

PROBLEMA

El pan es un alimento básico el cual se ve afectado por varias externalidades y cada vez son más los establecimientos que se enfrentan a productos como este que tienen una demanda creciente que se vuelve más sofisticada con el paso del tiempo, por esto es importante preguntarnos ¿cómo un establecimiento puede crear un entorno que reduzca el impacto de las externalidades durante el proceso de compra?

OBJETIVO GENERAL

Determinar el efecto de las estrategias de merchandising en el comportamiento del consumidor en la sección de panadería de la cadena de supermercados Supermaxi, por medio de los componentes del merchandising visual para proponer estrategias que incentiven el interés de los consumidores durante el proceso de compra.

PROPUESTA

Mediante la observación realizada a los consumidores en el punto de venta se pudo elaborar una propuesta enfocada en el pentágono del merchandising, el cual consiste en 5 criterios fundamentales que debe seguir una empresa con el objetivo de generar una mejor experiencia en el usuario.

Según The Global Association For Marketing, el 70% de decisiones de compra se realizan en el punto de venta por lo que es necesario dar uso de los criterios planteados para obtener un mayor número de ventas en el establecimiento.

RESULTADOS

Presentamos los resultados obtenidos en tres principales componentes del merchandising visual:

Estanterías

- 9 de cada 10 usuarios observan las estanterías al nivel de sus ojos
- Solamente en 1 de cada 10 casos existió control en las estanterías

Publicidad en el Punto de Venta

- La mayoría de los consumidores prestó atención a la publicidad distintiva de los productos de temporada
- Se realizaron vistazos rápidos a promociones y descuentos
- Presencia de promociones auditivas paulatinas que incitaron a la compra

Atmósfera Comercial

- No se evidenciaron dificultades de desplazamiento en la sección
- 8 de cada 10 consumidores realizaron esfuerzos extra para apreciar precios de los productos

CONCLUSIONES

Concepto Corporativo

- El conllevar un correcto manejo de las estrategias de merchandising implica:
- Aumentar la rentabilidad de la empresa
 - Afianzar las relaciones con los clientes
 - Reforzar la identidad de la marca ofreciendo calidad y experiencia al usuario.



- Existencia de escasa iluminación en productos de temporada, pan fresco y productos de menor demanda.

Además, se pudo realizar un *Journey Map* del recorrido de los consumidores dentro de la sección de panadería:

