

¿Cómo sacar el máximo partido al punto de venta?



Guía útil
para responsables
de Trade Marketing.

Arrontes y Barrera

Trade

Ma

Arrontes y Barrera

Marketing.

El punto de venta puede ser determinante para incentivar, motivar o despertar el deseo de adquirir un producto. En **Arrontes y Barrera** contamos con gran experiencia en Trade Marketing para sacar el máximo partido a los **espacios en los que se distribuye tu marca.**

Buy here.
Buy now.



1.

¿Un proyecto de Trade Marketing?

Muchas marcas se colocan en los puntos de venta a esperar la llegada de clientes que compren su producto. Sin hacer nada más.

Sin embargo, en ese punto de venta, también hay otras marcas que tienen productos que solucionan el mismo problema. Para destacar sobre ellas y mejorar la experiencia de compra de los clientes es fundamental una estrategia de Trade Marketing.

El Trade Marketing es una gran herramienta de comunicación, recuerdo y refuerzo de acciones de marketing. **Si tu marca cuenta con una estrategia de Trade Marketing bien ejecutada y alineada con los objetivos de marketing, puedes conseguir:**



Las acciones publicitarias y promocionales en el punto de venta pueden incrementar la intención de compra hasta un 45 % en productos de baja implicación.

Un supermercado es un espacio destinado a la venta de productos de baja implicación en el que resulta muy difícil que una marca destaque. Para conseguir que el público se fije en tu marca, memorice en qué parte del supermercado se encuentra y repita su compra, es imprescindible destacar y sorprender. Y para ello, una campaña de Trade Marketing creativa es fundamental.

¿Te has parado a pensar que un punto de venta es un lugar repleto de personas dispuestas a comprar productos con los que solucionar sus problemas? **Cuando un consumidor acude a un punto de venta, su actitud es mucho más receptiva que la de cualquier otro cliente potencial. ¿Por qué no aprovecharlo? ¡Destacar con creatividad sobre la marcas competidoras está en tu mano!**

Una estrategia creativa de Trade Marketing despierta los deseos de compra de tus clientes.





Hola,
estoy aquí.

2.

¿Qué podemos hacer por tu marca en el punto de venta?

Una estrategia de Trade Marketing en el punto de venta consiste en algo más que en diseñar un packaging que diferencie tu producto de los demás. Debe tratarse de una acción perfectamente definida, que encaje dentro de la estrategia de marketing general y que plasme la esencia de la marca.

Además, es necesario que se **adapte a tres elementos fundamentales:**



1. Al punto de venta.

2. A tu producto.

3. A tus consumidores.

En Arrontes y Barrera te ofrecemos ideas, soluciones y materiales que se ajustan a todo lo que necesita tu marca para destacar en el punto de venta. **A continuación, detallamos los tipos de estrategias de Trade Marketing que desarrollamos en Arrontes y Barrera.**

A Lanzamiento de Productos.

Un buen producto no será elegido si a la hora de planificar su presencia en los puntos de venta no cuenta con una llamada de atención que motive su compra, especialmente si estamos ante un producto nuevo en el mercado.

No estamos hablando de dar a conocer una promoción, una oferta u otra ventaja que suponga un añadido diferencial de tu marca sobre las demás. Estamos hablando única y exclusivamente de **optimizar y mejorar su presencia en los puntos de venta mediante llamadas a la acción que capten la atención de los consumidores e incentiven la primera prueba del producto.**

En **Arrontes y Barrera** podemos ayudarte para que tu producto no se vuelva invisible en el lineal de un supermercado. Para ello, estudiamos los **hábitos de consumo de tus Buyer Persona** y elaboramos llamadas a la acción que facilitan el recuerdo de la marca o de su publicidad en otros medios de comunicación.



B Lanzamiento de Ofertas de Precio.

Cuando el consumidor se encuentra delante del lineal dispuesto a adquirir un producto determinado, el precio del mismo puede ser el motivo que decante la compra de una u otra marca. De ahí que una oferta siempre sea una estrategia efectiva para captar nuevos consumidores y fidelizar a los existentes.

Pero para ello, **esa oferta debe comunicarse de manera adecuada: con sencillez, con impacto y con creatividad.** Solo así, la oferta será visible para los consumidores e interpretada como una ventaja diferencial. Y en productos de baja implicación, conseguir esto es clave.



Una oferta de precio que no es visible en el punto de venta, no existe.

C Lanzamiento de Promociones.

De igual modo, lanzar una promoción en el punto de venta requiere de muchos elementos que deben estar estratégicamente pensados y ejecutados para que la promoción alcance los objetivos propuestos.

En Arrontes y Barrera contamos con una amplia trayectoria en el lanzamiento de promociones en los puntos de venta.

Aunque son varios los clientes para los que hemos desarrollado campañas de este tipo, destaca nuestra dilatada colaboración con Central Lechera Asturiana.



D Estrategia de Exposición de Productos.

Una buena presentación y colocación de tu producto en los lineales del punto de venta atraerá a los compradores y hará que tu marca no pase desapercibida como les ocurre al 90 % de las existentes.

En Arrontes y Barrera te ayudamos a buscar la mejor manera de exponer tu producto de forma personalizada y a medida, ya sea a través de expositores o generando un espacio diferenciado en el punto de venta.

Estas acciones son especialmente claves cuando estamos ante productos estacionales (turrón, perfumes...). En estos casos, diseñar una estrategia de Trade Marketing para conseguir la mejor exposición posible de tu marca, captará la atención de los usuarios que estarán más propensos a su adquisición.



Caso de éxito

Tres acciones de éxito de Trade Marketing.

Arrontes y Barrera cuenta con una extensa trayectoria de colaboración con **Central Lechera Asturiana**, y más especialmente, con su **Departamento de Trade Marketing** que confía en nosotros para **mejorar su presencia en los puntos de venta** e impulsar así **las ventas entre los consumidores**.

1. Sampling para la nueva línea de yogures “Sabores de Asturias”.

Objetivo:

Realizamos un **sampling** con el objetivo de dar a conocer la nueva gama de **Yogures Sabores de Asturias** de **Central Lechera Asturiana**. Para ello, **nada más efectivo que organizar una degustación**, y el Centro Comercial Intu Asturias fue el lugar elegido para que el público general **se familiarizara** con estos nuevos y peculiares sabores de yogur (sidra, arroz con leche y casadiella).

Sencillo estudio de mercado:

Pero este **no era el único objetivo** que se logró con esta acción, que contó con gran afluencia de público “degustador”. **También sirvió para realizar un sencillo estudio de mercado sobre las preferencias de los consumidores**. Para ello, dentro del espacio diseñado para la degustación, incorporamos una urna en la que los visitantes introducían una papeleta en la que previamente habían escrito **el nombre del sabor que les gustaría probar en un futuro**.

Este sampling fue el colofón final a la campaña publicitaria de **Yogures Sabores de Asturias**, pivotada a partir del concepto **“Saborea Asturias a cucharadas”** y con presencia en medios **offline** y **online**.



2. Lanzamiento de la marca “El Maestro Quesero”.

Central Lechera Asturiana lanza al mercado una nueva marca que reúne los quesos más peculiares y emblemáticos de Asturias: Cabrales, Afuega'l Pitu, Casín, Gamoneu y Beyos.

En **Arrontes y Barrera** nos encargamos de realizar una **acción integral** para esta nueva marca que abarcó la creación del **naming, el diseño del logotipo y el packaging** y, posteriormente, el diseño y edición de un catálogo con las características de cada queso.

Todo ello, fue acompañado de una **campana publicitaria en soportes exteriores** y, como era de esperar, una acción de **Trade Marketing** en los puntos de venta que aquí te mostramos.

Objetivo:

Esta acción tenía el principal objetivo de dar a conocer a **El Maestro Quesero** pero también de mostrar una presencia en los puntos de venta físicos tan mimada como era la elaboración casera de estos quesos.

Esto nos llevó a **diseñar y producir** las siguientes piezas que dieron lugar a una bonita composición sobre los lineales de tiendas y supermercados:

1. Cajetín y folleto para cajetín.

2. Pieza triangular extensible.

3. Tira-stopper.

4. Separadores.



3. PLV Esencia: “solo ingredientes naturales”.

Central Lechera Asturiana llevó a cabo un **notable cambio de imagen en la gráfica de sus packagings** con el objetivo de comunicar que sus productos contienen única y exclusivamente ingredientes naturales y que todos ellos están exentos de E-s Artificiales.

Para hacer que esta comunicación calase en los consumidores se optó por **una importante acción en punto de venta a gran escala**, haciendo especial interés en el lema **“Solo ingredientes naturales”**, algo que ya de por sí queda perfectamente reflejado en el frontal del nuevo diseño del packaging de los productos.

A continuación, mostramos la composición global, aplicada de manera integral a través de las siguientes piezas:

1.
Esquineras

2.
Lama

3.
Cartel
para cabecera.

4.
Stopper
Troquelado.

5.
Tira de balda.

6.
Cubrepalet
de rollo.

7.
Banderines.



La verdad
está ahí fuera.



3.

¿Te gustaría llevar tus acciones al exterior del punto de venta?

Los espacios que rodean un punto de venta son lugares perfectos para desarrollar estrategias de Trade Marketing.

Supermercados, centros comerciales y superficies de compra en general, suelen contar con aparcamientos y espacios colindantes en los que cualquier elemento que se ubique en ellos para realizar acciones promocionales **consigue llamar poderosamente la atención de los consumidores** que se acercarán para vivir una experiencia de compra diferente.

Estas acciones, además de reforzar la comunicación, sirven para recordar **la experiencia y llevar el recuerdo de la marca más allá del punto de venta.**





4.

Trade Marketing 360°.

No importa si no tienes claro qué quieres hacer en el punto de venta, cómo vas a gestionarlo o dónde vas a almacenar los materiales.

Nosotros nos encargamos de todo de principio a fin:

- ▶ **Estudiamos el perfil** de tus buyer personas.
- ▶ **Analizamos su buyer's journey** para conocer los recorridos que realiza en el punto de venta.
- ▶ **Ideamos nuevas piezas de PLV** que aporten valor a tu marca.
- ▶ **Ofrecemos ideas, soluciones y materiales a medida** que se ajustan a tus necesidades en el punto de venta.
- ▶ **Diseñamos acciones y mecánicas de Trade Marketing** de acuerdo a tu público y al punto de venta en el que se distribuye tu producto, tanto en espacios interiores como exteriores.
- ▶ **Diseñamos y producimos todo lo necesario** para poner en práctica estas estrategias en plazos cortos y ágiles.
- ▶ **Supervisamos todo el proceso** logístico de manera personalizada.
- ▶ **Almacenamos los materiales** hasta que comience la acción.
- ▶ **Informamos de todo el proceso** de montaje y desarrollo de la acción.
- ▶ **Implantamos los materiales** cómo y dónde los necesites.
- ▶ **Creamos una base de datos** con tus productos, recursos de tu marca, el desarrollo de las acciones, los resultados conseguidos...
- ▶ **Analizamos los resultados** para identificar aquellos aspectos mejorables y aquellos que hayan contribuido a alcanzar los objetivos perseguidos con la estrategia.

♥ 14 👤 1 💬 8



5.

¿Qué es el Inbound Trade?

Como seguro que intuyes, el Inbound Trade se sirve de las técnicas del **Inbound Marketing** para mejorar la presencia de los productos en los puntos de venta y crear nuevas experiencias de compra a los consumidores. **¿Cómo?**

En primer lugar, es necesario tener presente que, para que una sinergia entre el Trade y Digital tenga lugar, **tu marca debe contar con una estrategia online perfectamente definida.**

Una buena forma de combinar ambos canales es realizando promociones en los puntos de venta cuya participación implique una acción previa digital. Las redes sociales son plataformas muy adecuadas para combinar el poder del Trade Marketing con los canales digitales.

En Arrontes y Barrera te ayudamos a coordinar tu estrategia de Trade Marketing con tu estrategia digital.

Los resultados pueden ser sorprendentes en términos de visibilidad, participación, viralidad y conversiones. **¿Te animas a probar?**

Arrontes y Barrera

No te pierdas los posts de **Creatibo**, nuestro blog sobre creatividad para los profesionales del marketing en un mundo muy digital.

creatibo.arrontesybarrera.com

hola@arrontesybarrera.com

985 20 84 64



Si te interesa este contenido, descárgate gratis este checklist para CMOs:

**CHECKLIST
PARA SABER SI
TUS CAMPAÑAS
PUBLICITARIAS
SON EFECTIVAS.**

