

Tenderos **ESTRELLA**

Competencia

La Vitrina

Tenderos **ESTRELLA** Competencia

Semillero de Investigación "LA VITRINA"

AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Semillero de Investigación "LA VITRINA"



CONTENIDO



Presentación.....

Plan de contingencia.....

Objetivos de comunicación.....

Herramientas de comunicación de venta para impulsar la compra en la tienda.....

El Material Publicitario y su utilidad.....

¿Qué es la visibilidad?.....

Identificar costos variables y costos fijos.....

Importancia del punto de venta.....

Tácticas.....

¿Como se calcula el porcentaje de ganancia?.....

Mobiliario y otros recursos materiales.....

Tipos de mobiliario.....

LAYOUT (plan).....

PRESENTACIÓN



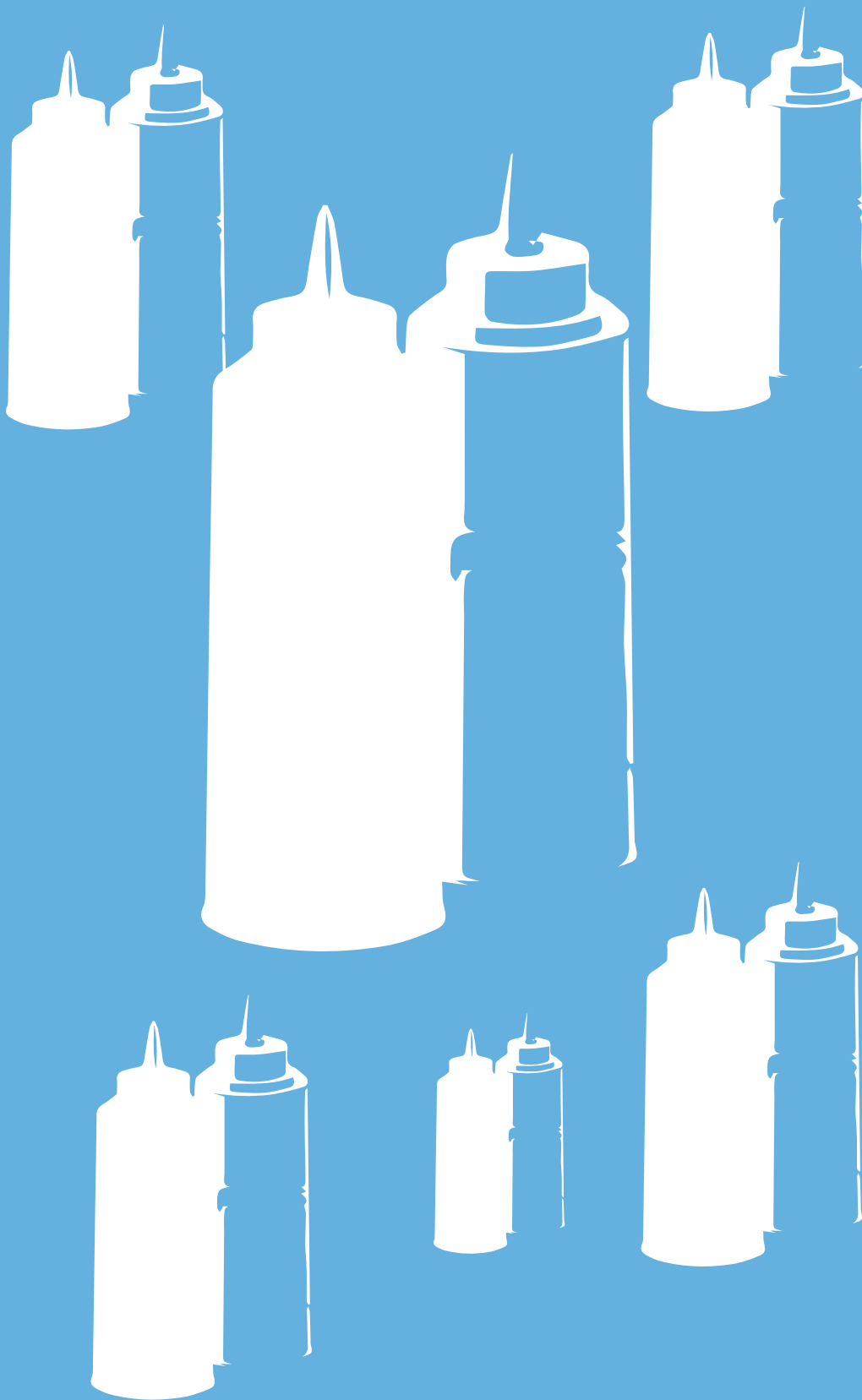
Las personas cuando quieren abrir una tienda entran a realizar un análisis previo de cómo quieren su negocio, que frutos les va a generar y esto proyecta positivismo en cuanto a sus expectativas a futuro.

Los negocios de barrio, abren, cierran de repente, para que esto no ocurra se debe realizar un seguimiento continuo de la rentabilidad que este le genera, si la caja registradora dice lo contrario, es hora de realizar estrategias que nos ayuden a retribuir las pérdidas.

Una de las claves para ser exitoso, cuando se tiene un negocio o una empresa como lo es una tienda de barrio es sin lugar a dudas, el ser altamente competitivo. Y hoy en día este es un concepto que de manera casi que obligada se debe poner en práctica

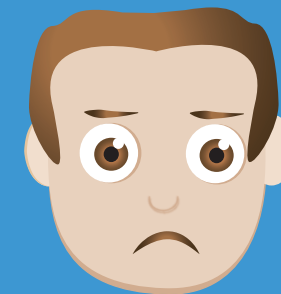
De esta forma, la competencia cada vez se vuelve más reñida, debido a que todos quieren conquistar tanto los nuevos clientes como aquellos que ya tenían claro a donde ir a comprar.





Plan de Contingencia

Si su negocio no da todo lo que se esperaba, posiblemente sea necesario buscar más variedad de objetos, pero siempre, hay que tener el famoso "plan B" por si las cosas no salen como se esperaba



Algunos de los problemas que tienen los tenderos en sus tiendas es:

Manejo empírico de contabilidad, registros de crédito y demás procedimientos administrativos

Pobreza, exclusión social de los tenderos

Falta de información sobre el mercado, presupuesto y Merchandising en su tienda

La tienda como medio de sobrevivencia

Bajos ingresos



HAY QUE RESALTAR QUE MUCHOS TENDEROS DE TIENDAS DE BARRIOS TIENDEN A FIAR PRODUCTOS A LOS CLIENTES COMO LO ES HUEVOS, LECHE, ACEITES, CHOCOLATE ENTRE OTROS, POR ESTO PUEDE QUE EL CLIENTE LOS PREFIERA

Comprar, pero no llevar bien una cuenta de lo que se fía o que el cliente no pague lo que pide fiado, puede descuadrar la administración y el inventario ocasionando PÉRDIDAS

Tipos de competencias

Las tiendas de barrio ahora tienen un nuevo reto: ser competitivos frente a formatos express, quienes son los que están tomando más fuerza en los barrios. Llegan hoy en día no solo a las zonas comerciales de las principales ciudades colombianas, sino que ahora también quieren captar la atención de los clientes desprevenidos que transitan por las calles de los barrios 'populares' y residenciales, aquellos compradores que no cuentan con el tiempo de coger un carro de mercado y gastarse horas en un supermercado.

Ahora yendo hacia otros tipos de competencia en los barrios existen tiendas y así mismo existen las cigarrerías, panaderías, licherías, abarrotes y licores, el surtido no es idéntico a la tienda de barrios pero hay productos que venden los dos al mismo tiempo, esto hace que el comprador tenga la disyuntiva de ir a una u otra surtidora del mismo producto. La competencia de la tienda de barrios es grande y depende de un merchandising bien establecido para que este le sea más



¿Qué se gana con eso?

Sin lugar a dudas, que los clientes se antojen de otros productos y que incluyan más acompañamientos para lo que están consumiendo. Esta es la llamada estrategia de 'venta cruzada'. Ofrecer un producto que pueda llevar a la compra de otro, es una estrategia muy útil, que le traerá gran incremento en sus ventas.



Grandes ventajas de las tiendas de barrio

- * Todo se encuentra muy fresco, gracias a la alta rotación de sus productos.
- * Se consiguen artículos al menudeo que nunca conseguirá en un supermercado como un huevo, un tomate, un limón etc

supermercado como un huevo, un tomate, un limón etc

* En las tiendas fían y los grandes supermercados no

