



Claves que garantizan el éxito en el Punto de Venta



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN / Pag. 2

01

02

03

04

05

06

07

CONCLUSIÓN / Pag. 8

INTRODUCCIÓN

En el competitivo mundo del **Retail**, el **Punto de Venta** ha adquirido un papel crucial para atraer y cautivar a los consumidores. En este escenario, los **Exhibidores** y el **Material POP** se convierten en los protagonistas y en tus principales herramientas para alcanzar el éxito en el **Punto de Venta**. Para ello, es fundamental entender sus aspectos básicos para que a partir de ahí se puedan incorporar e implementar otros elementos como la innovación, las tendencias y la tecnología para crear experiencias únicas y memorables para el **Shopper** en el **PDV**.

Además, es esencial estar preparado para superar los desafíos más comunes que se presentan al implementar todas estas características en **Exhibidores** y **Materiales POP** para lograr un posicionamiento de marca superior a tu competencia.

Es importante recordar que las primeras impresiones son fundamentales. Si buscas que tu **exhibidor** impacte de manera significativa en los consumidores desde el primer momento, debes tener presente que actualmente no basta con un diseño llamativo.

En **EXHIBIPOP**, vamos más allá al adoptar diseños vanguardistas y disruptivos. Nuestro enfoque es cautivar e inspirar la imaginación de nuestros **shoppers**, generando emociones y experiencias que influyan en la decisión de los **clientes potenciales** de elegir nuestros productos.

*- Las primeras impresiones
lo son todo -*

01



Características que debe tener un Exhibidor para impactar en Punto de Venta

A medida que el mundo del **Retail** evoluciona y se vuelve más competitivo, los **Exhibidores** y el **Material POP** desempeñan un papel esencial para cautivar a los **consumidores** y generar un impacto duradero. En esta búsqueda de atraer la atención y crear experiencias memorables, hay tres factores clave que deben ser considerados en la creación y diseño de **Exhibidores** y **Material POP**. Estos elementos no solo aportan estabilidad y funcionalidad, sino que también elevan la experiencia del **shopper** y comunican la esencia de la marca de manera efectiva.

01. Estabilidad

Todo **Exhibidor** y **Material POP** requiere una estructura firme y no mostrar ninguna debilidad. Además debe ser novedoso y buscar:

Diseños optimizados, logrando una mayor reducción de piezas.

Sencilla colocación, facilitando el armado en menos pasos.

Diseño práctico y amigable, que garantice la armonía en la interacción entre los consumidores y la marca.

02. Capacidad de carga

Debe cubrir la capacidad de carga esperada o más.

Cubierto este aspecto, podemos ser creativos en la forma de exhibición del producto o versatilidad en el desarrollo del planograma (acomodo). En este punto es donde se empieza a dar forma a un **Exhibidor** o **Material POP** innovador

03. Comunicación de la marca

Podemos ver **Exhibidores** y **Material POP** que explotan este aspecto y logran combinar la estructura con el arte. El resultado de este esfuerzo suele ser un ambiente de exhibición que genera una experiencia positiva para el **Shopper**.

Al asegurar que estas características fundamentales estén en su lugar, estarás sentando las bases para explorar la implementación de diseños vanguardistas, materiales sustentables y acabados disruptivos. Además, la integración de tecnología y tendencias emergentes en el **Punto de Venta** se convierte en una posibilidad real y alcanzable. Con cada componente en equilibrio, desde la funcionalidad hasta la creatividad, se logra no solo atraer a los consumidores, sino también sorprenderlos y brindarles una experiencia única que deja una impresión duradera. En última instancia, al abordar aspectos básicos de manera inteligente, se abre la puerta a una infinita variedad de oportunidades para innovar y destacar en el competitivo mundo del **Retail**.

Elementos para que tu campaña sea un éxito en Punto de Venta

La principal característica de un **Exhibidor** y **Material POP** innovador es la solución a las problemáticas de cada involucrado en la cadena.

Es decir, este elemento debe resolver los problemas y retos de la marca, su logística, implementación del plan de marketing y el canal de distribución donde será colocado. En **EXHIBIPOP** lo hemos simplificado y reducido a estos retos en los siguientes puntos:



Marca

Originalidad, sin descuidar los valores de las marcas, asegurándonos que se exprese adecuadamente el mensaje objetivo y solicitado para la campaña.

Optimización de los recursos, el precio debe apegarse al presupuesto.

Diseño rentable y estratégico, en donde la prioridad sea cumplir con el ROI esperado.

Logística e Implementación

De fácil manejo, compacto y listo para transportar en cualquier vehículo.

Diseños de fácil armado para la promotoría.

Adaptable y versátil para colocar en distintos puntos del canal.

Canal de distribución

Debe respetar los lineamientos establecidos por la cadena.

Cumplir con resistencia adecuada a la temporalidad.

Debe cuidar la apariencia, no mostrando faltantes o dar la apariencia de estar vacíos.



Glosario de Trade Marketing

Exhibidores

Son muebles diseñados para atraer la atención de los compradores, facilitan la exhibición y el acceso a productos específicos en el Punto de Venta. Los exhibidores pueden variar en tamaño y diseño, puede ser de cartón, madera o multimaterial y su propósito principal es maximizar la visibilidad de los productos, aumentar las ventas y mejorar la experiencia de compra del shopper.

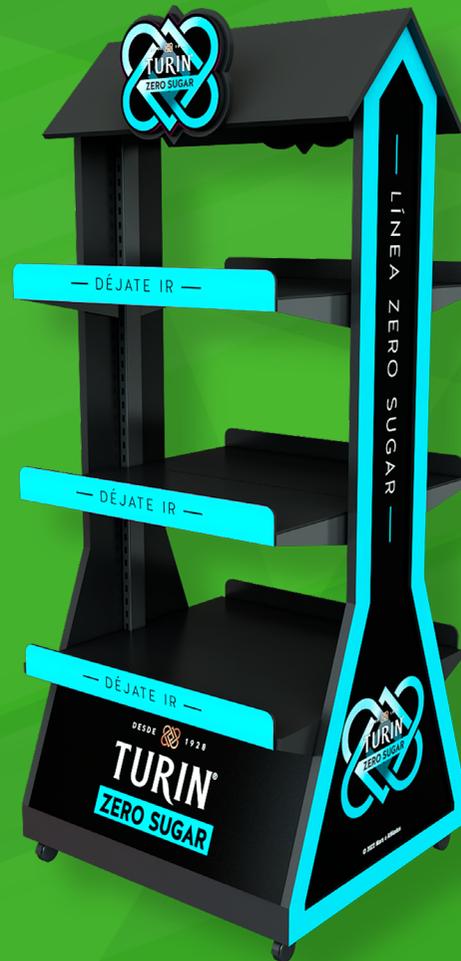
Algunos ejemplos comunes de exhibidores en el Retail son Floor Stands, Pallets, Botaderos, Side Kicks, Counters y Mega Exhibiciones. La creatividad con la que se diseñan influye directamente en el posicionamiento de una marca.

03

Conoce lo más nuevo en exhibidores y mantente a la vanguardia

Es crucial mantenerse actualizado con las tendencias en el Punto de Venta, ya que las tendencias en **Exhibidores** y **Material POP** se están moviendo hacia una mejor experiencia del cliente, en donde los materiales de fabricación, tecnología, y diseños originales -basados en temporalidades o personajes-, son esenciales. No se trata únicamente de aumentar las ventas, sino de establecer una conexión profunda con el **Shopper** al punto de convertirlo en un prescriptor asiduo de tu marca.

Aplicar estas tendencias no solo potencian la presencia y visibilidad de tus productos, sino que también te permiten influir en la percepción y lealtad de tus clientes. Estar al día con estas tendencias te brinda la oportunidad de ofrecer experiencias únicas y memorables que generan un impacto positivo en los **consumidores** y sin duda estarás encaminando a tu marca hacia el éxito en el **Punto de Venta**.



04

Destaca de la competencia con las últimas tendencias en Exhibidores

Experiencia del cliente, vanguardistas, interactivos, sustentables, tecnológicos y disruptivos son algunas de las palabras con las que debes irte familiarizando, ya que seguramente jugarán un rol importante en las tendencias para los **Exhibidores** y el **Material POP** durante los próximos años.

El Engagement o las conexiones personales de fidelidad entre los clientes y las marcas, se ha mantenido constante como una tendencia en el **Retail**. Y todo parece indicar que así seguirá por muchos años más.

Según el Informe de Tendencias Globales de Consumo de Qualtrics, los consumidores buscan cada vez más una conexión humana en sus interacciones con las marcas. Contar con un servicio individual y personalizado, empático y práctico, importa más a los clientes que tener un tiempo de espera corto. Lo que lleva a la fidelidad del **Consumidor**.

La creatividad e innovación de tus **Exhibidores** juegan un papel fundamental para esto. Ya que son una presentación directa de la imagen de tu marca en el **Punto de Venta**, creando experiencias únicas, que pueden convertirse en experiencias memorables.

Por otra parte, más que una tendencia la sustentabilidad se está volviendo en una característica que muchos clientes valoran a la hora de decantarse por un producto, por lo que ver exhibiciones en donde se usen materiales reciclables, definitivamente se vuelve un factor de decisión, por lo que se considera como un sí o sí a la hora de desarrollar **Exhibidores** o **Material POP**. Además de que este tipo de acciones significan un aporte de gran importancia al medio ambiente.

05

Tecnología: Intégrala en tu estrategia y lleva a cabo una Ejecución Perfecta

Los retailers pueden aprovechar la integración de la tecnología para brindar un servicio más completo a los consumidores, conociendo mejor sus hábitos y preferencias de compra. De esta forma no solo se busca atraer, sino de lograr el engagement con tu marca, enamorarlos, lo que por supuesto reduce los esfuerzos y gastos de marketing en general.

En este proceso de innovación se pueden incorporar sensores de movimiento, hologramas y campañas digitales que se refuerzan en el **PDV** con códigos QR o tablets.

La finalidad es que estos elementos digitales se incorporen a la dinámica y estética de tus **Exhibidores**, siendo parte de un concepto que le dé nuevas funciones y mejore la experiencia del cliente.



06

Shopper, pieza clave en el Punto de Venta

Las características básicas de un **Exhibidor** y **Material POP**, la importancia de estar al día con las tendencias en el Punto de Venta y la integración de la tecnología, tendrán como punto focal maximizar la experiencia del cliente y para asegurar que así sea debes responder a tres preguntas fundamentales:

¿La experiencia es cómoda para los Consumidores?

¿Hay interacciones con el Shopper?

¿Es posible mejorar la experiencia general

Al abordar estas tres preguntas de manera integral y coordinada con todo lo anterior, estarás incorporando a tu estrategia de **Trade Marketing**, los ingredientes esenciales para asegurar el éxito en el **PDV**.





07

¿Cómo sacar el mayor provecho a tus Exhibidores?, retos y soluciones

El sector retail en México se mantiene en constante evolución, debido a esto, con el paso del tiempo las empresas se enfrentan a diferentes desafíos a la hora de exhibir en **Punto de Venta**. Uno de los principales es desarrollar una estrategia que les permita integrar en sus **Exhibidores** elementos llamativos que tengan la capacidad de transmitir el mensaje de manera adecuada al mismo tiempo que les ayuden a destacar de entre la competencia.

Al hablar de retos, uno de ellos es que las marcas se enfrentan al diseño y creación de **Exhibidores** que sean más amigables con el medio ambiente, ya que en la actualidad la **SOSTENIBILIDAD** es una preocupación cada vez más importante no solo para las empresas, sino también para los consumidores.

Bajo esta línea, los **Exhibidores** al ser una herramienta esencial para la promoción y venta de productos, es necesario que incluyan cada vez más, materiales como papel, cartón y plástico biodegradables, para no solo contribuir con el cuidado del medio ambiente, sino también para aumentar la visibilidad de su marca, ya que este tipo de **Exhibidores** se

están convirtiendo en una tendencia que debe estar incluida si o si dentro de la estrategia de **Trade Marketing**.

Otra de las dificultades de las marcas en **Punto de Venta** es captar la atención de los consumidores, por lo que es necesario usar la creatividad para desarrollar una estrategia que despierte el interés y aumente las expectativas entre los usuarios. De esta manera, se recomienda integrar **Material POP**, ya que este puede estimular las emociones de los visitantes en las tiendas; asimismo, al contar con **Exhibidores** novedosos, es posible impactar y sorprender a los usuarios, con lo cual se pueden crear las condiciones perfectas para tener una experiencia de compra única.

Finalmente, se recomienda incluir en los **Exhibidores** herramientas multimedia que les ayuden a generar más interacción con los usuarios, aumentar la visibilidad de la marca y a mejorar la experiencia de compra. Un ejemplo de estas, son las pantallas digitales, las cuales son útiles para brindar más información de los productos, otro ejemplo son los códigos QR, en los que se pueden incluir enlaces con promociones o datos útiles e incluso también se recomienda utilizar realidad aumentada dependiendo de las necesidades de cada marca.



Glosario de Trade Marketing

Retail

Es el concepto que se refiere a la venta al por menor o comercio minorista. La finalidad de este es vender a muchos clientes un stock abundante. Agrupa a grandes empresas que se dedican a la venta de productos a gran escala a sectores concretos..

CONCLUSIONES

Al implementar varias de las acciones que te hemos compartido en este e-book te ayudará a generar una buena imagen de marca, posicionándola como vanguardista y enfocada en ofrecer una mejor experiencia de compra al cliente.

Recuerda que contamos con asesoría consultiva y te ayudamos a desarrollar tus estrategias en **Punto de Venta**, para que puedan guiarte tanto en el desarrollo como en la correcta implementación en **Retail**.

¿Te gustó el contenido?

Comparte este eBook

¿Estás listo para Impactar
en Punto de Venta?

¡Deja que te ayuden nuestros Expertos!

CONTACTAR AL EXPERTO

Conoce más en:

www.exhibipop.com