

29 de Diciembre, 2009

- [Principal](#)
- [Franquiados](#)
- [Franquiadores](#)
- [EFR](#)
- [serviFranquicia](#)
- [TV](#)

- Actualidad ▶
- Agenda
- Formación ▶
- Saber más ▶
- Servicios ▶
- Empresa



Restauración

- Cafetería y Heladería
- Cervecerías y Tapeo
- Comida Rápida
- Hostelería
- Panadería y Pastelería

Comercio

- Alimentación
- Decoración y Mobiliario
- Fotografía
- Infantil
- Informática e Internet
- Mascotas
- Moda ▶
- Ópticas
- Papelerías y material de oficina
- Productos Especializados
- Telecomunicaciones
- Tiendas Eróticas
- Tiendas Especializadas
- Tiendas Regalos-Fiestas-Juguets
- Vinos

Servicios

- Administración de Fincas
- Agencias de Viajes
- Arreglos Textiles
- Asesorías y consultorías
- Asistencia a 3ª Edad
- Belleza y Salud ▶
- Clínicas Dentales
- Construcción y reformas
- Energías renovables
- Escuelas Infantiles
- Formación y academias
- Imprentas y rotulación
- Inmobiliarias
- Internet, Comunicación y Publicidad
- Limpieza
- Mensajería y transporte
- Ocio
- Reciclaje de Consumibles
- Servicios a domicilio
- Servicios al Automóvil
- Servicios Especializados
- Servicios Financieros
- Tintorería - Arreglos
- Vending

principal > reportajes > **Reportaje completo**

reportaje completo



<< volver a reportajes

Centros comerciales, un entorno eficaz para la venta en "stand"

En la actualidad, hay diferentes compañías, entre ellas las cadenas de franquicias, que han apostado por escenarios de ocio y tiempo libre, en su afán por buscar nuevos entornos de comercialización que, por sus especiales características, favorezcan la venta.



17/12/2009

El Grupo Redes de Venta Proactiva ha comprobado la eficacia de los stands ubicados en los centros comerciales para la venta de determinados productos, entre las que destacan empresas de los sectores de banca, telecomunicaciones, franquicias y energía, entre otros.

Los atributos comerciales de estos puntos de venta vienen determinados por tres factores: la adecuación al público objetivo, el control, y la elección del momento de la venta. En cuanto a este último aspecto, el momento de la venta, según ha experimentado la consultora especializada en la implantación de redes de fuerzas de ventas, los potenciales clientes son más susceptibles de comprar en momentos en los que su actividad es de ocio o esparcimiento.

En lo que se refiere al contacto con el público objetivo, es evidente que en el segmento al que se dirigen productos como la telefonía móvil, tarjetas de crédito, depósitos bancarios, suministro de electricidad o gas está muy identificado. En los centros comerciales, más aún en festivos y vísperas, existe un gran número de potenciales clientes localizados en un lugar concreto y perfectamente accesible para los comerciales.

Por otro lado, existe una mayor facilidad de control, por parte de los coordinadores o jefes de equipo, ya que todos los comerciales están ubicados en un lugar muy determinado, y es posible establecer un control cuantitativo y cualitativo más eficiente.

Un factor muy importante para el éxito de las campañas de implantación de stands en centros comerciales es la formación de los vendedores, que les permita ser capaces de definir y transmitir las excelencias del producto o servicio que comercializa, así como tener una amplia visión y un profundo conocimiento del mercado y del sector en el que opera.

Sobre este aspecto, Javier Fuentes Merino, Director General del Grupo, indica: "El vendedor en stand tiene que, además de dominar los métodos y técnicas comerciales inherentes a su profesión, saber asesorar sobre el producto o servicio que ofrece; de tal forma que sea un eficiente consejero en productos financieros como puede ser la venta de una cuenta de ahorro, o la planificación del consumo de gas en una vivienda, e incluso el tipo de contratación de telefonía móvil más acorde a la forma de vida o actividad profesional del comprador".

<< volver a reportajes



renrrtaies

ÚLTIMOS INFORMES

Las empresas y la normativa sobre protección de datos

Las redes sociales, herramientas para buscar trabajo

Ante la crisis hay que retener el talento