

MÓDULO FORMATIVO: Animación en el punto de venta

OBJETIVO: Definir y explicar la función del escaparate en los puntos de venta como apoyo a la gestión de venta efectiva.

Ficha N.º BT13C3	
Temas	Contenido procedimental:
El escaparate	Establecer la definición, objetivos, funciones, clases y zonas del escaparate.
Contenidos	Actividades de aprendizaje
<p>El escaparate es el medio que sirve para promocionar los productos de una tienda, su importancia radica en hacer visibles y atractivos los productos de la misma en relación con la competencia.</p> <p>Su función principal es promover el incremento de las ventas del negocio y, además, reflejar la identidad de la empresa. Por lo tanto, es importante que exista coherencia entre lo que se exhibe y lo que se vende.</p> <p>Mostrar el video para conocer sobre el escaparate.</p> <p>Tipos de escaparates Los más comunes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escaparates cerrados, con una pared sólida posterior y un panel de vidrio en la parte delantera • Escaparates semicerrados • Escaparates sin trasera • Escaparates abiertos • Escaparates elevados • Escaparates esquineros • Escaparates de isla • Escaparates <i>shadow boxes</i> <p>Además, existen varias zonas en un escaparate:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La zona baja es la que tiene mayores posibilidades comerciales y vendedoras, por lo que se recomienda ocupar un 69,3 % del total del escaparate. • La zona media se sitúa entre los 1,70 y los 1,50 metros. • La zona alta va, aproximadamente, desde el techo hasta una altura de 1,70 metros. 	<p>Tareas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar fotografías de cinco escaparates y analizar su contenido, presentarlo mediante un informe y concluir aquel que le resulta más llamativo, justificando técnicamente. 2. Diseñar un escaparate para un negocio de un amigo o conocido, considerando los elementos de este tema. 3. Seleccionar dos perfiles en Instagram de productos o servicios en donde analicen el escaparate, presente un cuadro comparativo.

Algunos estudios destacan que las zonas de un escaparate que mayor atención del cliente acaparan son:

- En vertical, la zona central con casi un 50 % de captación; la zona izquierda un poco más atractiva que la derecha.
- En horizontal, la zona baja (el tercio más bajo del escaparate) con casi un 70 % de atracción; la zona más alta tiene escasa atracción y se suele reservar a carteles.
- Los productos que se quieren destacar se colocan en las zonas más atractivas.

Por otro lado, un perfil de redes sociales o una página web son escaparates virtuales, por lo tanto, se debe reflejar la identidad de la marca del negocio, y colocar los botones de llamado a la acción de manera accesible, así como garantizar la facilidad en la navegación y generar acciones efectivas de compra de los productos.

Esta ha sido una oportunidad de crecimiento para los negocios, los cuales rompieron fronteras y se encuentran vendiendo sus productos y servicios fuera del país de origen, reduciendo costos y manteniendo sus productos en las vitrinas digitales a nivel mundial.

Actividades recomendadas

Comentar sobre escaparates llamativos en puntos de venta.