



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO XIV –PUBLICIDAD Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA

Programa incrementando la competitividad para la venta

Influencia de la publicidad en punto
de venta para la compra



PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA –PLV-

Es el medio para dar a conocer el emplazamiento del producto

Ventajas

- Permite diferenciarnos de los competidores.
- Facilita seducir al cliente hacia nuestro producto en el momento que realiza su elección de compra.

El visual **merchandising** explota la creatividad de las personas, puesto que ya no solo basta crear stands o exhibidores ordinarios, en la actualidad se opta por stands fuera de lo común, creativos y atractivos de tal forma que sin necesidad de que haya una persona este por si solo pueda vender el producto.

La **PLV** es la que nos va a permitir diferenciarnos de los competidores y la que nos va a facilitar seducir al cliente hacia nuestro producto en el momento que realiza su elección de compra. Pero la **PLV** no se limita solo a expositores, *stands* o pantallas digitales, sino que la gestión en el punto de venta del propio producto puede funcionar también como un eficaz instrumento de comunicación publicitaria y, por qué no decirlo, de sentir experiencias.

La publicidad en el punto de venta tiene que tener muy en cuenta la ubicación geográfica del centro a la hora de colocar dicha publicidad. La razón es sencilla, la manera de pensar de los clientes es diferente, por lo que su percepción del mensaje también será diferente dependiendo del lugar y, de la misma forma, también será diferente su manera de actuar. Es decir, la manera de atraer a los clientes hacia nuestro producto será diferente en cada sitio. Eso sí, lo que nunca podemos olvidar son aquellos elementos que diferencian a nuestra marca de la competencia.