



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO XV – PUBLICIDAD Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



## **FUNCIÓN DEL ESCAPARATE.**

Exhibir estéticamente los artículos y promover las ventas.

Un objetivo fundamental del escaparate es conseguir que los clientes potenciales entren en el local.

Hay algunos puntos de venta en los que suele determinar cerca del 70% de las entradas al comercio.

La efectividad aumenta en aquellos casos en que existe un tráfico denso de peatones, ya que la combinación de productos que se venden están compuestos por bienes que los clientes compararán en precios, calidad y estilo en varias tiendas antes de tomar una decisión de compra.

También tendrá mayor importancia en el caso de compras de productos no necesarios; el escaparate en estos casos tendrá que atraer al cliente y provocar el deseo inicial de compra.

## **MISIÓN DEL ESCAPARATE**

La misión del escaparate consiste en exponer al público los productos, las marcas, los precios y la variedad de surtido que dispone el comercio.

El escaparate es el medio más idóneo para informar al público, es el mejor display publicitario que puede crearse, ya que da una información amena y ofrece al público una publicidad persuasiva, directa, controlable e informa sin prisas.

## **FINALIDAD DEL ESCAPARATE**

El fin primordial del escaparate es vender más. Este, debe dar la imagen más real posible de los productos expuestos para

que nunca defraude al cliente a la hora de realizar la compra; en caso contrario, se producirá un rechazo inmediato haciendo que el individuo no llegue a materializar dicha compra y posiblemente no vuelva a entrar en el establecimiento.

El escaparate tiene el poder de poner al público en situación de deseo, para establecer un contacto posterior.

## DIFERENTES TIPOS DE ESCAPARATES O VITRINAS

