

# SYSTEMSHOP

---

# IDEAS PARA MEJORAR TU FERRETERÍA

Soluciones integrales para el Punto de Venta

Somos una consultoría especializada en RETAIL que integra Procesos Estratégicos, Tecnología, Esperticia, Data Sciencie y Marketing.

Búscanos en



[www.system-shop.es](http://www.system-shop.es)



SYSTEMSHOP

# Ideas para mejorar tu ferretería



- 1 El punto de partida.
- 2 La importancia del establecimiento.
- 3 El layout del punto de venta.
- 4 Comunicar bien, vender mejor.
- 5 El proveedor.
- 6 Los productos.
- 7 Nuestros vendedores.
- 8 Cómo aumentar las ventas.



[www.system-shop.es](http://www.system-shop.es)





I N I C I O

# Punto de partida

Cómo pensamos, qué hacemos y cómo lo hacemos, para poder saber cual es la acción/inversión a ejecutar.

No podemos esperar que el azar y la suerte, siguiendo con la rutina del día a día, cambien algo.

- 1 ¿Nuestra ferretería es un negocio o simplemente un empleo?
- 2 ¿Quiénes somos? ¿Qué ofrecemos?
- 3 ¿Cuál es nuestro valor diferencial?  
¿Qué aportamos?
- 4 ¿Qué hacemos bien y mal?
- 5 ¿Nos compran o vendemos?
- 6 ¿Mostrador o autoservicio? ¿Mixto?
- 7 ¿Ganamos dinero o sólo facturamos?
- 8 ¿Qué sabemos de nuestros stocks e inventarios?  
¿Importe?  
¿Calidad?

- 9 ¿Qué significa la palabra rotación?
- 10 ¿Es sólo un negocio que necesita mucha dedicación?
- 11 ¿Sabemos lo que tenemos que hacer mañana y pasado?, y el próximo mes?, y los próximos años?  
¿Quién lo hará?  
¿Cómo lo hará?  
¿Estrategias?  
¿Previsiones?  
¿Futuro?



# La importancia del establecimiento

En nuestro establecimiento es donde se lleva a cabo la acción más importante y el objetivo principal del negocio, las ventas.

Deben estar en perfecto estado todas las partes que lo componen.

- 1 El hall de entrada.
- 2 La iluminación.
- 3 Líneas de caja.
- 4 El mobiliario comercial.
- 5 ¿Nos compran o vendemos?
- 6 Escaparates.
- 7 Mostradores.
- 8 Los acabados y su estado.





# El layout del punto de venta

Movilidad ágil y alta permanencia en tienda, por parte de nuestros clientes. Genera más compra.

- 1 Alta visibilidad de todo lo expuesto.
- 2 Facilidad en los recorridos.
- 3 Definir zonas para mejor control y gestión.
- 4 Tener en cuenta las zonas caliente y frías para poder optimizarlas y obtener más ventas.
- 5 Diferenciar almacén de tienda y la tienda del almacén.
- 6 Disponer de un correcto COS (Coeficiente de Ocupación del Suelo).
- 7 Ubicación y colocación de los productos de mayor a menor rotación según el layout del PdV.



# COMUNICAR BIEN, VENDER MEJOR

## ¿Qué ofrecemos?

La comunicación entre elPdV y el cliente es esencial, el cliente debe percibir en todo momento lo que podemos ofrecer, cómo se lo ofrecemos, quiénes somos y en qué nos diferenciamos.

- 1 La cartelería e información necesaria.
- 2 Con nuestro color corporativo, transmitimos y posibilitamos que el cliente nos recuerde.
- 3 Las etiquetas de precio.
- 4 Somos lo que vendemos.
- 5 El cliente debe saber en todo momento dónde está, que podemos hacer por él y cuál es nuestra especialidad.
- 6 Una buena información/comunicación evita problemas.
- 7 Mediante una buena señalización interior, se reduce la pérdida de tiempo del personal hasta un 17%.



# EL PROVEEDOR

El proveedor no es el enemigo, sino nuestro mejor aliado. Comparte nuestro interés por vender y servir al cliente.

- 1 Sin proveedor no hay negocio.
- 2 Aprovechar el I+D y las novedades que ofrece el proveedor en producto y presentaciones.
- 3 El proveedor debe ser nuestro partner.
- 4 Con buenos proveedores la posibilidad de vender más, aumenta.
- 5 Los principales valores de un proveedor deben ser: Calidad, Servicio, Profesionalidad, I+D, Implicación y Garantía.
- 6 Atender con el tiempo suficiente y en el espacio adecuado al proveedor, ayuda a tomar las mejores decisiones.
- 7 Mantener el win-win en todo momento entre cliente/proveedor.



# PRODUCTOS

Sin producto no hay venta, es el elemento central de nuestra actividad y el motivo por el cual los clientes visitan nuestra tienda.

El 32% de los productos en stock no se venderán nunca.

- 1 La presentación y puesta en escena del lineal.
- 2 Surotación, la temporabilidad y las épocas.
- 3 Disponer del número idóneo y adecuado encada categoría.
- 4 Promociones y acciones comerciales.
- 5 Relación calidad-precio.
- 6 El packaging.
- 7 Demostraciones de productos.

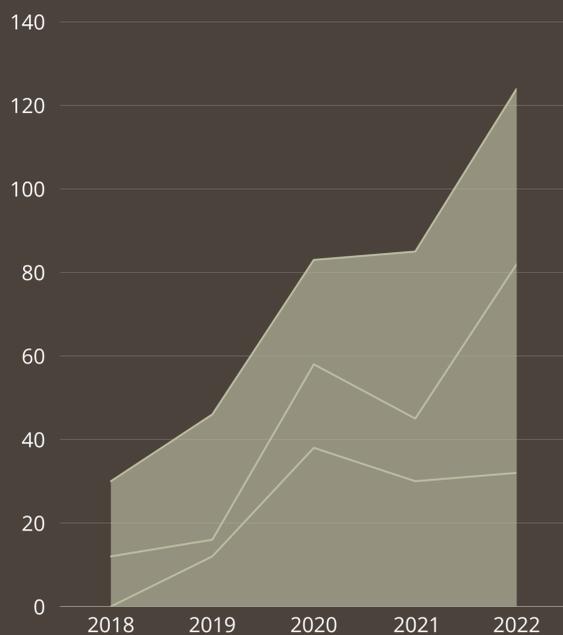


# NUESTROS VENDEDORES

Podemos tener el mejor establecimiento con los mejores productos, con los mejores precios, pero sin las personas correctas no hay negocio.

Los equipos de venta son la pieza que hace que el engranaje y sistema funcione, son vitales.

- 1 Conocer el producto para vender mejor.
- 2 Actitud positiva e implicación en la empresa.
- 3 Competencia o incompetencia.
- 4 Profesionalidad y predisposición
- 5 Escuchar al cliente para recomendarle lo que necesita en cada momento.
- 6 Cambiar el atender por el empezar a vender.
- 7 Lo importante que es la imagen del vendedor y lo que transmite.



**GO TO MARKET  
VENTAS**





# COMO AUMENTAR LAS VENTAS

Buenos clientes, vendedores eficientes, proveedores seleccionados, un establecimiento en perfecto estado, la mejor oferta de productos...

Mezclar y adecuar las dosis de cada uno de estos componentes para ser únicos, diferentes y vender más.

- 1 Fijar la cifra que se quiere o debe alcanzar para poder conseguirla.
- 2 Tener el producto adecuado en el momento adecuado y en la cantidad adecuada.
- 3 Contar con buenos proveedores.
- 4 Equipo de vendedores implicado y dispuesto.
- 5 Comunicar correctamente, quienes somos, que ofrecemos y en que nos diferenciamos.
- 6 Contar con un establecimiento que disponga de una buena iluminación, un layout dinámico, una señalización eficiente y un nivel de confort mínimo para el cliente.
- 7 Un control y gestión ágil de la actividad (Stocks, compras, inventarios, reposición, etc.)



# Notas



**SYSTEMSHOP**

---

# IDEAS PARA MEJORAR TU FERRETERÍA

**system-shop.es**

Contacto

Proyectos@system-shop.es

**Búscanos en**



[www.system-shop.es](http://www.system-shop.es)