

*Porque aprender no tiene fecha
de vencimiento, volvemos para
potenciar tu negocio*



Creatividad para una bodega disruptiva





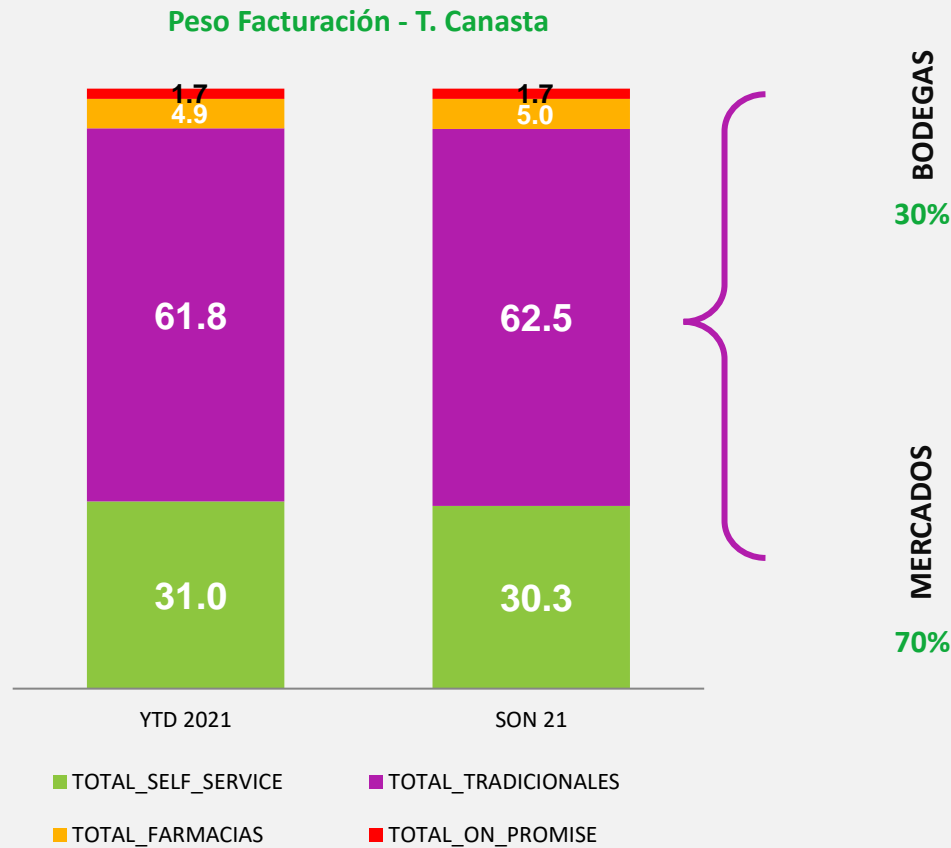
Carlos Hoyos
Docente - Centrum PUCP



Walter Matos
Jefe de Trade Marketing - ISM



LA IMPORTANCIA DE NUESTRO CANAL BODEGAS EVOLUCIÓN GENERAL DEL CONSUMO



BODEGAS
30%



MERCADOS
70%



LA IMPORTANCIA DE NUESTRO CANAL BODEGAS



CERCANIA

ES LA VARIABLE MAS DETERMINANDO PARA EL CONSUMO EN LA BODEGA.
En promedio un comprador camina 2.1 cuerdas para ir a una Bodega.

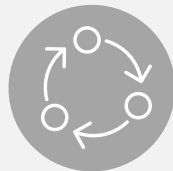


PRECIO

UNIDADES Y FORMATOS
PEQUEÑOS.

COMUNICACION EN
PUNTO DE VENTA

ACCESIBILIDAD



REPOSICION

MISION DE COMPRA

Compra del día, faltante y/o
complemento de la ocasión.

TIEMPO DE PERMANENCIA

En promedio un comprador
permanece cuatro minutos en el PDV.

FRECUENCIA DE VISITA

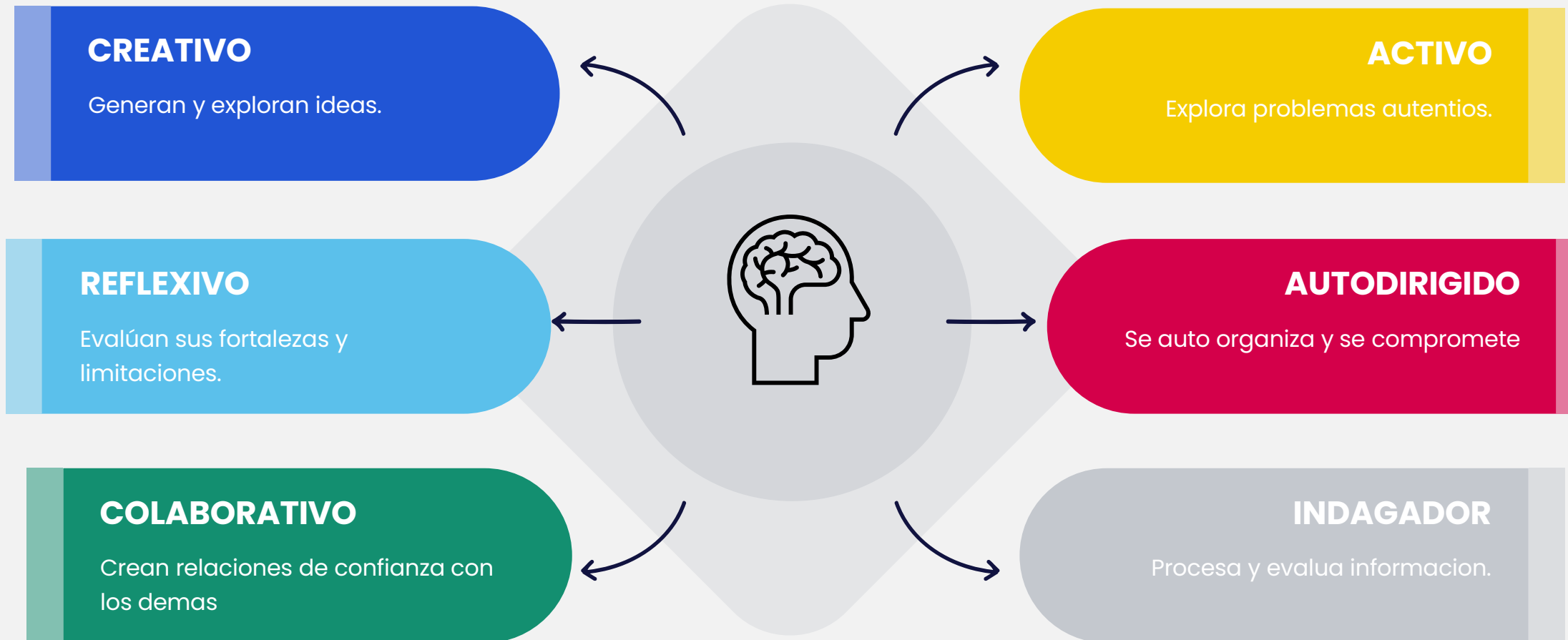
40% de los compradores visita
diariamente una bodega.

SURTIDO

La disponibilidad y variedad de las categorías
fortalece su competitividad.

PENSAMIENTO DISRUPTIVO

Eric Sheninger



FUNDAMENTALES DE LA EJECUCION EN PDV

CANAL BODEGAS



VISIBILIDAD

Todo elemento de comunicación, ubicado y colocado de forma oportuna y óptima en el PDV: Letreros, MPOP, Preciadores, etc, que impacten y generen cambios en los compradores.



EXHIBICION

Distribución y Orden lógico y Armonioso que acerque las categorías, productos y/o marcas, al comprador en el PDV.



DISPONIBILIDAD

Asegurar el adecuado abastecimiento de las categorías, productos y/o marcas en el PDV..

EJECUCION EN PUNTO DE VENTA

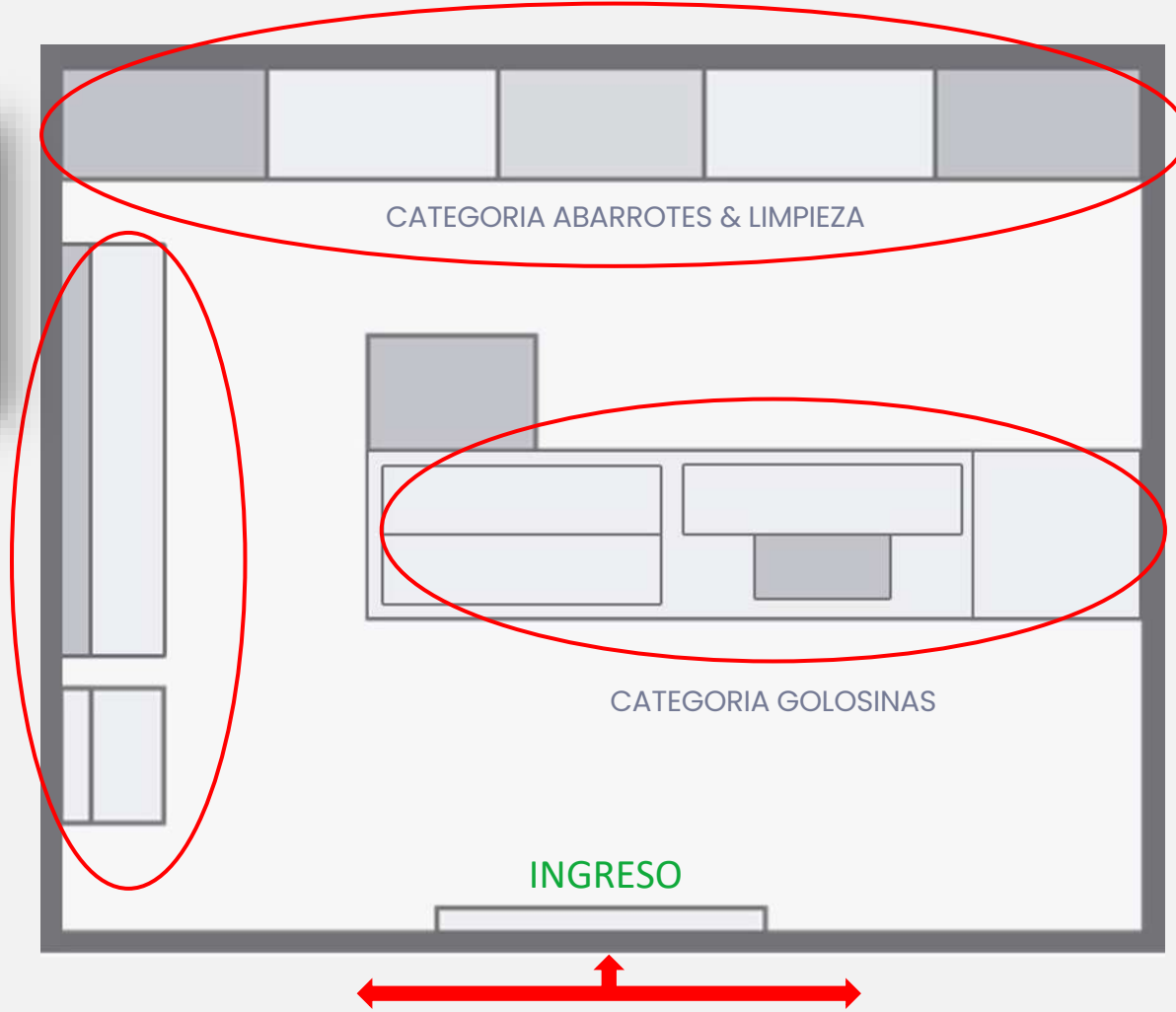
CANAL BODEGAS



EJECUCION EN PUNTO DE VENTA LAYOUT

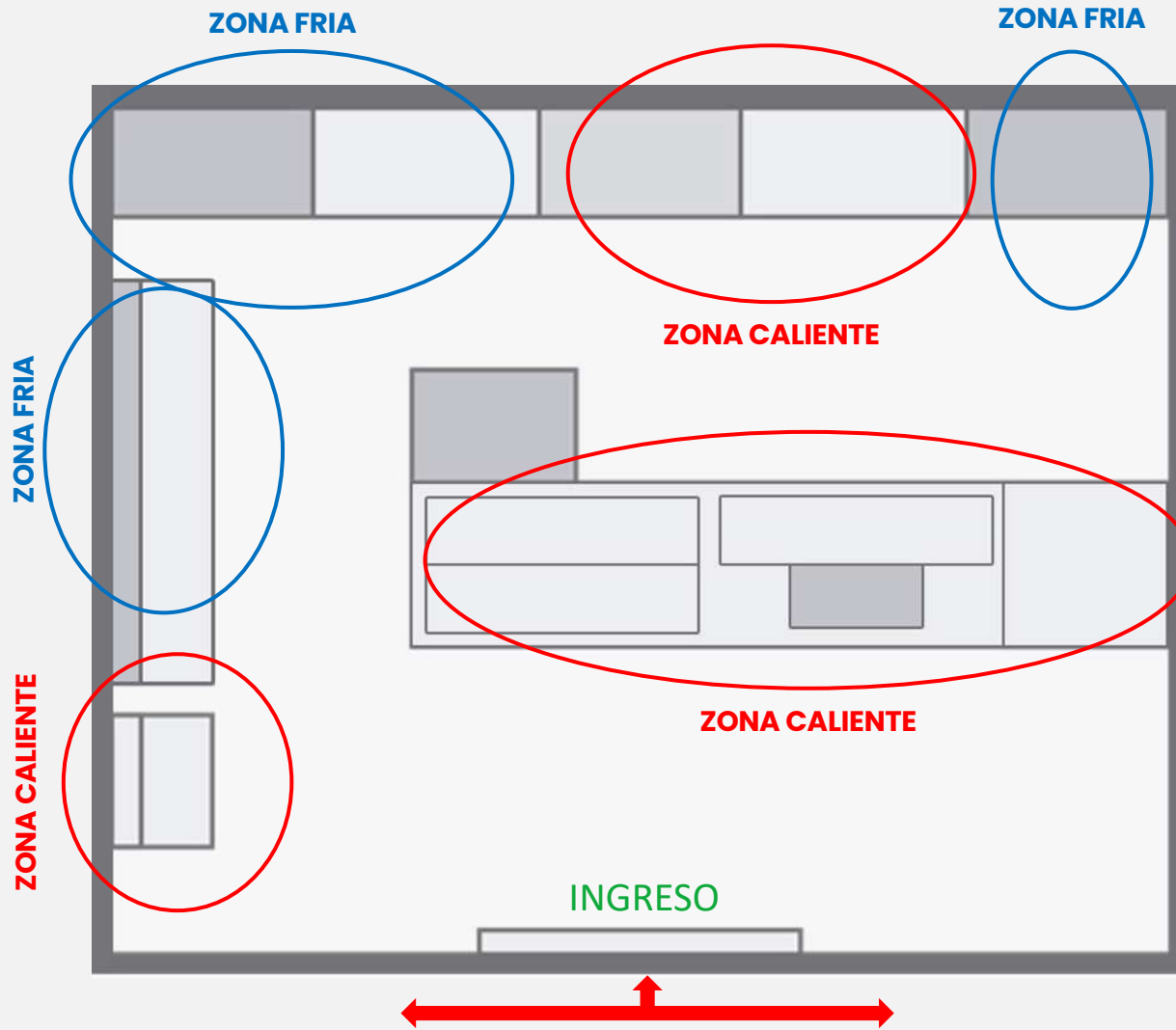


CATEGORIA BEBIDAS & SNACKS



EJECUCION EN PUNTO DE VENTA

LAYOUT



- ✓ Producto de alta y Baja Rotación.
- ✓ Productos con fecha corta.
- ✓ Promociones.
- ✓ Categorías y/o marcas de mayor margen.
- ✓ Categorías y/o marcas complementarias.
- ✓ Categorías y/o marcas gancho.

EJECUCION EN PUNTO DE VENTA

SERVICIO

EXPERIENCIA DE COMPRA = Emociones + Sentimientos + Estímulos



- ✓ Amabilidad
- ✓ Variedad y Disponibilidad.
- ✓ Medio de pago: efectivo (sencillo) y digital: Yape, Plin, etc.
- ✓ Exhibición.
- ✓ Promociones.
- ✓ Preciado.

*Preguntas y
consultas*



¡Tu opinión es muy importante!

Completa la breve encuesta que te hemos compartido por el chat.

¡Solo te tomará 1 minuto!

Link de encuesta

<https://forms.gle/CdWhCanqD9MWXNcH9>



¡Programa de formación gratuito, con certificado de Centrum!



PROGRAMA DE FORMACIÓN GRATUITO EN NEGOCIOS

Planificación estratégica para mi bodega

Además, podrás acceder de forma gratuita, a un certificado emitido por Centrum PUCP.

[Inscríbete en el programa](#)

Inscripciones abiertas

Próximos temas

📅 26 de mayo 2022

Creatividad para una bodega disruptiva



Carlos Hoyos

Docente - Centrum PUCP



Walter Matos

Jefe de Trade Marketing - ISM

📅 2 de junio 2022

Estrategias innovadoras para mi negocio



Giulio Marchena

Docente - Centrum PUCP



Sebastian Valera

Gerente de Transformación de Riesgos - Mibanco

📅 9 de junio 2022

Métodos Delivery



Alex Llaque

Docente - Centrum PUCP

📅 16 de Junio 2022

Ecosistema de pagos digitales: Venta, compras y financiamiento



Pablo Arana

Docente - Centrum PUCP

02 de Junio 2022



Gracias

Visítanos en:

