

5 razones por las que tu marca debería tener publicidad en el punto de venta

Andrés ingresa a un supermercado. Iba a comprar un producto de una marca determinada, pero ya en el lugar decidió cambiar de opinión y darle una oportunidad a otra marca. ¿A usted también le ha pasado lo mismo que Andrés? Si hay un momento en el cual la decisión de compra de un cliente puede cambiar en cuestión de segundos es en el punto de venta. La publicidad en el punto de venta influye en el poder de decisión del consumidor dentro del establecimiento de compra.



Aquí le dejamos 5 grandes razones por las que su marca debería tener presencia en el punto de venta:

Capta la atención de los clientes:

Cuando las marcas tienen mayor visibilidad a través de afiches, displays, expositores, etc. aumenta la posibilidad de compra, ya que está más expuesto y a la vista del público. Recordemos que la compra por impulso es un factor determinante en el punto de venta

Promociona productos:

Por medio de los displays, afiches, megafonía y carteles se puede realizar promociones de marcas que impulsen la intención de compra de manera más directa que la publicidad convencional.

Aumenta la visibilidad y recordación:

Al tener afiches, carteles, megafonía y displays la posibilidad de que la marca sea recordada por el consumidor aumenta y eso beneficia a la marca.

Reduce costos:

La publicidad en punto de venta es mucho más económica que la convencional, sólo se necesita una buena estrategia y mucha creatividad.

Ventas cruzadas:

Quiere decir que cuando un cliente selecciona un producto puede que termine comprando también un complemento del mismo. Por ello, muchas marcas tienen productos complementarios colocados cerca uno del otro de forma estratégica.

Below Group

