

[Varios Distribución](#)
18 de Enero de 2011

# El cross-merchandising: una tendencia en alza en la comercialización de productos de gran consumo

Julián Sánchez, director general de Metafase

La situación económica actual está provocando un descenso del consumo en todos los sectores, lo que implica una menor demanda de productos y servicios. Por ello y sin lugar a dudas, es ahora cuando determinadas técnicas de marketing constituyen una parte fundamental en el desarrollo de negocio de cualquier punto de venta, por lo que se están aplicando otros enfoques estratégicos de venta.

En este contexto, Julián Sánchez, director general de **METAFASE**, Profesionales de la Venta Externa, destaca que el "cross-merchandising" es una técnica comercial cuyo objetivo es asociar y enlazar los patrones de consumo de distintos productos, generando de esta forma una mezcla promocional de gran fuerza de cara al consumidor. Este método puede ir acompañado de otras acciones como ofertas, descuentos e incluso con campañas de publicidad conjunta que la potencian aún mas.

Es de destacar, que el cross-merchandising proporciona vender más en el mismo acto de compra, y claros ejemplos de ello son: desde la asociación de bebidas espirituosas con refrescos o snacks, pasando por cepillos de dientes y crema dental, pescados y mariscos con salsas, hasta muebles con complementos del hogar.

Esto demuestra que esta herramienta de venta se puede aplicar a todo tipo de productos y servicios, siempre y cuando sean complementarios. El único inconveniente que podría ocurrir si se abusa en exceso, en tiempo y forma, de esta técnica es que a los ojos del cliente uno de ellos puede fagocitar al otro en notoriedad.

Por lo que respecta al punto de venta, este método exige normalmente un espacio para poder comunicar con el comprador y que la oferta cruzada pueda ser vista por el potencial cliente para que pueda elegir. Y desde el momento en el que esta actividad exige poner uno o varios productos complementarios juntos o próximos, y no necesariamente de la misma categoría, se hace necesario una modificación del espacio, ya sea de exposición o de lineal. Actualmente en España, esta técnica se está aplicando en todos los sectores y canales de venta, desde el Gran Consumo al mercado de Selectivo con unos óptimos resultados.



A+ A-

Print
Email
Alert
Feed

Agregar Información +
Crear Alerta +
Cont@cto redacción

Compartir

f
t
in

Translate

Seleccionar idioma
   
 Con la tecnología de Google



### Información Relacionada

[NOTICIAS](#)

- 11/01/2011 Valassis nombra a Julián Fernández de Heredia director de TI
- 07/01/2011 El interés por los centros comerciales se mantiene activo
- 05/01/2011 American Express se hace con la matriz de la consultora Emnos
- 17/12/2010 "Remodelaremos algunos de nuestros centros para incrementar su valorización"
- 15/12/2010 Nuevo Asesor externo en Emnos Iberia

[INFORMES SECTORIALES](#)

- 17/12/2010 Centros comerciales: Los inversores extranjeros buscan su oportunidad
- 23/12/2009 Centros comerciales: Incertidumbre en cada proyecto



### Empresas Relacionadas

Le puede interesar

- SOCIEDAD DE COMPRAS MODERNAS, S.A. (SOCOMO)**  
[Ir a web](#)
- COOP. TRADING (SUCURSAL EN ESPAÑA)**  
[Ir a web](#)
- ZENALCO, S.A.**  
[Ir a web](#)



### Lo más leído

- Declaración de intenciones de Rumasa en Mahón
- La cogeneración se extiende por el campo andaluz y murciano
- Ignacio Silva cambia la bollería por los refrescos
- "San Miguef" lanza un innovador cierre abrefácil
- Nuevo Director de Proyectos Estratégicos en Makro
- Eurofrits y Froxá potenciarán sinergias
- Lactalis compra el 29,9% de Biosearch
- Eroski sigue deshaciéndose de supermercados
- Campofrío toma posiciones en Italia con la compra de Cesare Fiorucci
- Carrefour, nuevos proyectos de cara a 2011



### Legal

- Condiciones de Uso
- Política de Privacidad

### Mapa del sitio

- Mi Alimarket
- Hemeroteca
- Bases de Datos
- Qué es Alimarket
- Tarifa Plana
- Bonos
- Publicítese
- Contacto

### FAQs

- ¿Cómo puedo registrarme?
- ¿Qué hacer si olvidé mi contraseña?
- ¿Cómo activar los newsletters?
- ¿Cómo puedo encontrar un reportaje?
- Más preguntas .....

### Áreas

- Alimentación
- Construcción
- Electro
- Energía
- Envase
- Hostelería
- Non Food
- Sanidad
- Transporte