

Distribución Base Alimentaria 8 de Noviembre de 2010

Los sentidos condicionan y guían las compras

Redacción

Según un estudio elaborado por Metafase, compañía de equipos de venta externa, una vez en el punto de venta el consumidor emplea siete segundos en escoger sus productos. "Elegimos un producto frente a otros por los estímulos que recibimos en ese preciso momento", añade el gerente de la compañía, Julián Sánchez. Cada uno de los sentidos condicionan y guían nuestras compras al tiempo que se convierten imprescindibles en el proceso de elección. Sin ir más lejos, la vista no ayuda a distinguir las ofertas, promociones, identificar las marcas, entre otros. Para Julián Sánchez "el campo visual es fundamental y eso se tiene en cuenta no sólo en todo lo anterior, sino también en la misma implantación de los productos, que valoran desde el tipo de comprador potencial hasta la marca y referencia". La música se convierte en un elemento imprescindible para los estados de ánimo; mientras el sentido del olfato contribuye a la compra de artículos de alimentación y perfumería. "Se trata de ofrecer más experiencias que productos", añade Sánchez.



Aunque el gusto es el estímulo más difícil de resaltar, puede ser potenciado con acciones de degustación que permiten al cliente probar el producto antes de comprarlo. "A las personas nos gusta sentir por el tacto: detectar la suavidad o aspereza de un envase, tocar el tejido de una camisa, etc.", explica Julián Sánchez. De esta manera, se concluye que aquel producto que consiga llegar mejor a los consumidores "tendrá mucho más fácil el éxito".

Titulares Última Edición Impresa

Últimas noticias del sector

A+ A-



Agregar Información +

Crear Alerta +

Cont@cto redacción

Compartir



Translate

Seleccionar idioma

Con la tecnología de Google

Información Relacionada

NOTICIAS

- 16/11/2010 Bon Preu piensa en verde y adopta una serie de medidas medioambientales
 - 15/11/2010 Supermercados Sabeco solicita licencia para instalarse en Ermua
 - 12/11/2010 Uvesco acelera su expansión y cambia la enseña de los 'Gelsa'
 - 12/11/2010 Aldi pisa el acelerador y suma 15 aperturas en lo que llevamos de ejercicio
 - 11/11/2010 Makro multiplica por más de 200 su plantilla comercial
- #### INFORMES SECTORIALES
- 20/10/2010 El producto local, un valor al alza
 - 20/10/2010 Distribución Alimentaria: el desgaste del consumo mina los planes de estímulo
 - 17/05/2010 Supermercados: Se acelera la selección natural



Empresas Relacionadas

Le puede interesar

- MERCADONA, S.A. Ir a web
- GRUPO CARREFOUR Ir a web
- CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A. (GRUPO) Ir a web



Lanzamientos / Aperturas

Aperturas

- Nov/10 CARREFOUR MARKET Coslada (M)
- Nov/10 LIDL Lugo (LU)
- Nov/10 ALDI Mérida (BA)
- Nov/10 LIDL Barcelona (B)

Ver más Aperturas



Lo más leído

- Campofrio, proveedor preferente de Carrefour
- El cazador de tendencias recorrerá Japón y EE.UU.
- Nueva Rumasa negocia con un fondo extranjero para financiar Cacaolat
- 'La Verja' es de JGC
- Toledo le gana la partida a Barcelona
- España cambia de ubicación para su nuevo secadero
- Dream Fruits, adios definitivo
- Visto bueno a la compra de Caladero
- Bon Preu apuesta por el PET
- Europastry se alía con Ángel Bosch

Lo más enviado



Legal

- Condiciones de Uso
- Política de Privacidad

Mapa del sitio

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