



EBOOK

# Estrategia de Trade Marketing:

## La clave para incrementar las ventas de tus productos



# Introducción

---

Seguramente te suena la palabra **Trade Marketing**, puesto que últimamente se habla mucho de él, pero, ¿qué es realmente?

## — Podemos definir el Trade Marketing como:

Combinación de prácticas para el éxito comercial, desde la industria hasta el punto de venta.

Una estrategia de marketing centrada en posicionar estratégicamente los productos y artículos en los puntos de venta con el fin de estimular el consumo de estos productos, mediante el desarrollo de acciones en los canales de distribución con el objetivo de llamar la atención del consumidor para generar un deseo de compra.

## — Pero, ¿por qué es tan importante el punto de venta?

Porque tal y como afirman diversos estudios, **al menos el 70% de las decisiones de compra se toman en el punto de venta.**

¿Lo entiendes ahora? Un punto de venta desorganizado, mal enfocado y que pase inadvertido no te ayudará a generar ventas.

1.

# Objetivo principal del Trade Marketing

---

La principal misión del Trade Marketing es convertir los puntos de venta en un espacio atractivo para que llame la atención del consumidor, y de esta manera, cumplir con el objetivo de cualquier marca: Incrementar sus ventas.

Pero no todo el trabajo es de los puntos de venta, sino que el Trade Marketing engloba todos los procesos que entran en juego en el desarrollo de un producto. Por tanto, los proveedores y distribuidores deberán trabajar conjuntamente con el “trader” para que los productos tengan el impacto deseado. En este sentido, [el packaging y los expositores tendrán especial relevancia en la estrategia de Trade Marketing.](#)

No obstante, conseguir la mayor visibilidad posible en los puntos de venta no es fácil, puesto que todos quieren el mejor espacio para sus productos. Y aquí es donde entra una de las tareas más importantes del responsable del Trade Marketing, la de negociar. Y si esta no funciona, debe tener la creatividad suficiente para que sus productos destaquen aunque el espacio no sea el mejor.

## ¿En qué consiste una estrategia de Trade Marketing entonces?

Una estrategia de Trade Marketing no es nada más complicado que desarrollar un plan de actuación desde que un producto es fabricado hasta que llega al punto de venta.

Para ello es importante tener en cuenta:

- A quién va dirigido el producto
- Dónde se va a vender y cómo
- Cómo será el packaging
- Cómo será su distribución
- Cómo estará expuesto en los puntos de venta para que llame la atención de los consumidores
- Cómo se dará a conocer (descuentos, promociones, ofertas, merchandising...)

Teniendo todos estos procesos en cuenta, conseguir el éxito de un producto será mucho más fácil.



## El packaging y su importancia en una estrategia de Trade Marketing

---

Como se ha comentado en párrafos anteriores, el packaging es una parte fundamental para garantizar el éxito de una estrategia de Trade Marketing.

Hemos visto que el objetivo del Trade Marketing es hacer atractivo un producto para que llame la atención del consumidor, y para ello, el packaging es la forma de conseguirlo.

Por ejemplo, una crema no es un producto que destaque por su belleza, puesto que es un líquido espeso que se escampa por el cuerpo y que en la mayoría de casos tiene las mismas propiedades y componentes que el de la competencia. Pero si este, va acompañado de una caja bonita o la forma del bote es original, habrá muchas más posibilidades de que llame la atención del consumidor que un bote de crema cilíndrico y sin ningún detalle que lo hagan especial.

Lo mismo pasa con el expositor, no es lo mismo ponerlo en una estantería uno tras otro que ponerlo en una caja llamativa, haciendo una pirámide o expuesto en un pedestal adornado en medio de la tienda.

**Un dato importante:** Sólo dispones de entre 7 y 10 segundos para causar buena impresión al consumidor antes de que este centre su atención en otro producto.

Una impresión que no sólo influye sobre el producto, sino también sobre la marca que lo comercializa. Por eso, es importante que el packaging del producto refleje los valores de la marca.

## 2.1.

# Otro aspecto importante del packaging, **los Unboxings**

## ¿Te suena lo de Unboxing?

Cada vez es más frecuente encontrar vídeos en internet de expertos en el tema de desempaquetar productos, haciendo un análisis del paquete, así como del producto que contiene.

Una tendencia que ha surgido a raíz del incremento de la preocupación por el medio ambiente. La reducción del plástico en los envases es un tema que se encuentra en la orden del día, por eso, son muchas empresas las que han empezado a apostar por materiales sostenibles como por ejemplo el cartón.

Empresas de renombre como Estrella Damm, han cambiado las anillas de plástico por anillas de cartón. Para los consumidores preservar el medio ambiente se ha convertido en una necesidad, por eso, son muchos los que apuestan por productos ecológicos y aquellos en los que el envase sea reutilizable y reciclable 100%.

Razón por la cual la demanda por el [packaging sostenible](#) está incrementado considerablemente. Todos aquellos productos que apuesten por un packaging sostenible, muy valorado por los consumidores, sin duda conseguirán llamar su atención, puesto que se sentirán identificados con los valores de la marca de ser una empresa verde. Por tanto, este es otro factor a tener en cuenta en tu estrategia de Trade Marketing.



## ¿Cómo hacer que una estrategia de Trade Marketing funcione?

---

Para conseguir el éxito con tu estrategia de Trade Marketing, deberás tener en cuenta los aspectos siguientes:

### — El Trade Marketing no es una estrategia a corto plazo

Conseguir resultados a corto plazo es lo que todos buscamos, no obstante, hay estrategias que requieren de un tiempo para ser más efectivas. En el caso del Trade Marketing todo se basa en analizar, por tanto, deberás obtener resultados para poder analizarlos. Con una estrategia enfocada a corto plazo, conseguir estos resultados será muy complicado, además de que te faltará información.

La base del Trade Marketing es conocer las reacciones de los consumidores en los puntos de venta y poder aplicar pequeños cambios dentro de la estrategia global para mejorar dichos resultados.

### — Tu objetivo debe ser el de dar y mejorar la visibilidad de un producto

Para ello, focaliza tus esfuerzos en el packaging, consigue que este sea más llamativo, sostenible, que se puedan crear complementos de merchandising, etc.

## — Piensa en las acciones de *sampling*

Debes tener claro que el cliente es el centro de todo, sin clientes tu empresa no puede funcionar, por eso, hay que darle siempre algo diferente que le haga decantarse por la venta. No se trata de regalarle merchandising solamente, sino de ofrecerle una buena experiencia de compra. Para ello, antes se le puede dejar probar el producto (sea un queso en el supermercado o un coche en el concesionario).

## — Tu estrategia de Trade Marketing debe formar parte de tu estrategia de marketing general

La intervención de varios departamentos en la estrategia de marketing es cada vez más necesaria cuando las empresas ponen al cliente en el centro. El Inbound Marketing es en este sentido, una de las mejores estrategias para establecer diferentes planes de acción para poder captar y retener a los clientes.



# Algunos ejemplos de estrategias Trade Marketing que puedes utilizar

No existe una fórmula mágica de Trade Marketing para garantizar su éxito, pero sí existen acciones que puedes promover y que te ayudarán a incrementar la visibilidad de tus productos.

## — Apuesta por ofrecer precios asequibles:

Realizar ofertas de vez en cuando, promociones como por ejemplo: Por la compra de X producto llévate este otro (esto es una buena manera de dar a conocer un producto nuevo) y todo lo que se te ocurra cómo método de promoción.

## — Apuesta por una comunicación interna y externa fluida:

Es importante que los departamentos estén comunicados entre sí de forma interna para que estén al tanto de cualquier problema o cambio que pueda surgir. Lo mismo pasa con los consumidores, estos agradecen que frente a cualquier problema se lo comuniquen de la manera más directa y natural posible. La transparencia es fundamental para que confíen en una marca. Por ejemplo, Ayaxia Ediciones tuvo un problema con la edición de su libro El espíritu del espejo, donde el capítulo 63 se repetía, faltando así un capítulo y lo primero que hizo fue comunicarlo, pedir disculpas y dar una alternativa a los consumidores para solventarlo.

### — Apuesta por los patrocinios:

Posicionar una marca o producto desde cero no es tarea fácil, por eso, apoyarte en otras marcas o influencers reconocidos para que lo promocionen es una buena idea para darlo a conocer. Una manera de generar identidad de marca.

### — Cuida el embalaje (packaging):

Que un producto cuide su imagen y tenga buena presencia, ayuda a mejorar la reputación e imagen de marca.

### — Entregas a tiempo y enteras:

La distribución y toda la parte logística juegan un papel fundamental, ya que son los encargados de llevar el producto a su destino, ya sea a un cliente final en el caso de los e-Commerce, a otra empresa o a un punto de venta específico. Cumplir con los plazos de entrega será fundamental para garantizar la satisfacción del cliente, así como que los productos lleguen de una pieza, evitando roturas.

### — Ferias y eventos:

Participa en ferias y eventos con expositores llamativos para dar a conocer el producto y marca.

El Trade Marketing lo que pretende es cuidar el más mínimo detalle sobre el producto, ya sea su contenido, embalaje o la manera cómo se expone en un punto de venta, sea físico u online. Cualquier acción que se realice se hace pensando en el cliente para llamar su atención. Este es el centro de toda la estrategia generada por el “trader” y es por esta razón, que su estrategia debe ir enfocada en la estrategia general de la empresa, para que todos los departamentos trabajen de forma coordinada por unos mismos objetivos.

# ¿Cómo te podemos ayudar en **Gráficas JR**?

---

En Gráficas JR somos especialistas en packaging y fabricación de expositores y material PLV. Buscamos siempre la innovación para la fabricación de PLV, para crear expositores funcionales y llamativos.

Ofrecemos un servicio integral 360º de asesoramiento, diseño, fabricación y distribución para adaptarnos a las necesidades del cliente:

- Consultoría y diseño de expositores de cartón, PLV, packaging.
- Procesos de fabricación de alto rendimiento que permiten reducir tiempo y costes.
- Diseño funcional: facilitamos el sistema de montaje para evitar el desplazamiento de un técnico de montaje.
- Tecnología aplicada al PLV: Código QR, Expositores Digital signage, LEDS

Te ayudamos a encontrar el diseño de PLV que mejor se adapte a tus necesidades, y que te ayude a captar la atención de los usuarios para incrementar tus ventas.

Para más información, puedes contactar con nosotros en el siguiente enlace.

[CONTACTO](#)

JR