



# II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar

**Evolución del sector e  
implicación normativa**

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

Promueve:



Financia:



II Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

# FerSay

## LAS TENDENCIAS DEL MERCADO “RETAIL” EN UN MUNDO DIGITAL

21 FEBRERO 2019 – JOSÉ CARRASCO LÓPEZ





II Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

HAY MUCHAS COSAS QUE SE  
ESTÁN REPLANTEANDO LOS  
EXPERTOS, PERO HAY UNA QUE  
NO OFRECE DUDAS:

**EL PUNTO DE VENTA...**

**ES NECESARIO Y  
COMPLEMENTARIO  
EN EL MERCADO**



Financi





II Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

POR OTRO LADO  
SABER GESTIONAR  
UN PUNTO DE  
VENTA ES....

UN ARTE....

Son muchas las cosas que influyen en una percepción positiva o negativa de una tienda por parte de los clientes:

- ▶ El horario
- ▶ Los colores
- ▶ La imagen global
- ▶ La iluminación
- ▶ Sonidos e imágenes
- ▶ Rotulación y señalización
- ▶ Lineales y cabeceras
- ▶ Confundir sala de ventas y almacén
- ▶ Buenos accesos a la tienda
- ▶ Olores y ambiente
- ▶ El recorrido del cliente
- ▶ escaparates
- ▶ Mobiliario
- ▶ Tecnología
- ▶ Catálogos y documentación
- ▶ Información características productos y precios
- ▶ Limpieza general y de productos expuestos...
- ▶ Asesoramiento profesional
- ▶ Amabilidad
- ▶ Atención rápida, etc...



II Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

Y SABER ATENDER A LOS CLIENTES  
EN UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL ES UN  
DON QUE NO TIENE MUCHA GENTE:

**COMO DECÍAN ANTES LAS ABUELAS,  
“SI NO SABES NO TOQUES”, EL PROBLEMA  
ES QUE HAY GENTE QUE TOCA  
(ATENDIENDO AL CLIENTE) SIN SABER**

**LA PREGUNTA ADECUADA SERÍA:**

¿No sabe?

Reconocerlo

¿No puede?

Formación

¿No quiere?

Fuera

# LOS EXPERTOS DAN SIETE CLAVES PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR RETAIL

## ¿Qué hacer para triunfar en la distribución del sector retail?

### 7 claves para afrontar con éxito el futuro de la distribución moderna y ser competitivo





## LA OBLIGADA TRANSFORMACIÓN Y SELECCIÓN DEL COMERCIO (mayo 2018)

El lenguaje dicen que es lo primero que cambia la historia de nuestra civilización.

En el comercio actual las palabras están cambiando a gran velocidad y lo dramático es que aquellos que no lo entiendan serán expulsados del mercado actual.

**Tradicionalmente las palabras que siempre se escucharon más visitando comercios fueron ventas, clientes, productos, precios, márgenes y representantes entre otras.**

**Sin embargo actualmente es obvio que las palabras importantes son soluciones, conocimiento, asesoramiento, profesionalidad, imagen, experiencia de compra, visibilidad digital, facilidades al cliente, web, punto de entregas y recogidas, etc.**

El comercio debe hacerse un importante lifting, un cambio de imagen y sobre todo un cambio de actitud en las personas que atiendan a los clientes.

Debe salir de su zona de confort y empezar a dar más servicios y vender otros productos aunque no sean de su máximo agrado, ya no vale vender únicamente lo que le resulta más fácil, sino lo que necesite su cliente en cada momento y sobre todo dejar esa obsesión de vender exactamente lo mismo que sus grandes competidores directos.



Y ojo a pretender vender sin stock, deporte habitual en varios sectores y eso ya no funciona, pues el consumidor da igual donde se encuentre geográficamente lo quiere todo YA y de lo contrario se va a buscar otra solución sea en otra tienda o sea On-line.

**Y no se trata de ver como un gran enemigo al mundo On-Line sino como un aliado más, no es lo tradicional contra lo nuevo, es lo tradicional + lo nuevo, la combinación de todos los canales de venta, al consumidor actual hay que darle las máximas facilidades.**

**Antes se podían vender productos sin más alrededor del mismo, ahora hay que vender todos los servicios asociados al producto, la máxima garantía sin problemas y nada de pegas pasado un tiempo o el cliente no repetirá compras con nosotros.**

Ya no vale solo con poner un logo en la fachada, eso solo es una pequeña barrera de protección que una vez tengamos fallos con los clientes desaparece, es lo que explica que dos tiendas con los mismos logos una funcione bien y otra mal y acabe cerrando.

**No olvidemos que el comercio depende más que otros modelos de negocio de la actitud de las personas, solo la amabilidad, la sonrisa, el asesoramiento profesional, la formalidad y la confianza que transmitimos nos diferenciará de otros.**



# POBLACIÓN POR GENERACIONES EN ESPAÑA 2017



**POBLACIÓN DE MAYOR EDAD HASTA 1945**

**% 12,55**  
**5.843.781**

**NATIVOS DIGITALES GENERACIÓN Z APARTIR DE 1995**

**% 22,17**  
**10.318.931**

**MILLENNIALS GENERACIÓN Y 1981-1994**

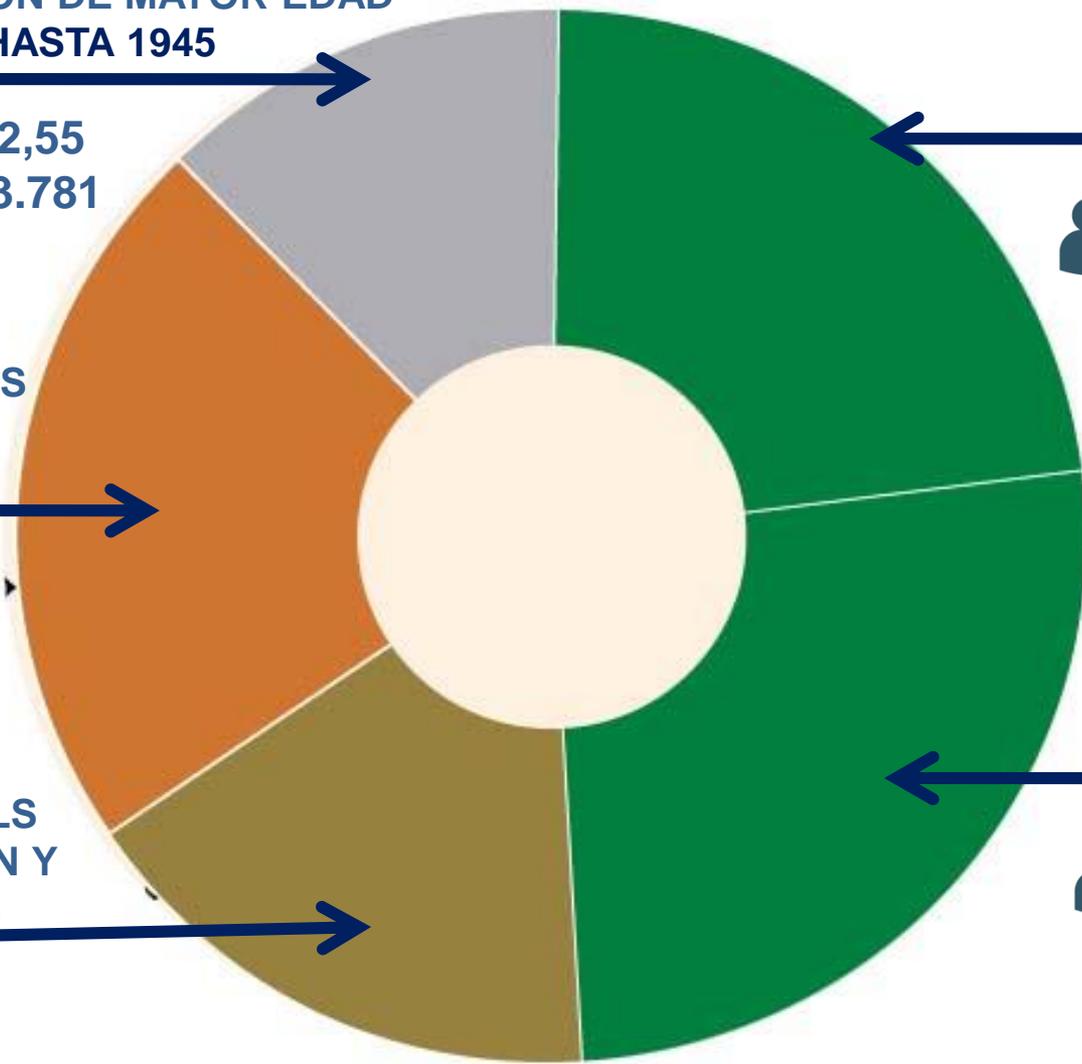
**% 16,28**  
**7.577.993**

**BABY BOOMERS 1946-1964**

**% 22,86**  
**10.641.307**

**GENERACIÓN X 1965-1980**

**% 26,14**  
**12.167.032**





## Pero la pregunta clave es ¿qué es un punto de venta para los clientes hoy? No que es para mi:

- 1 ¿Acaso es un lugar donde vender los productos que más me gustan a mi? **NO**

---

- 2 ¿Acaso es un lugar donde acaba mi negocio con la venta del aparato terminado? **NO**

---

- 3 ¿Acaso es un lugar donde alguien atiende a un cliente con cara de palo porque es sábado? **NO**

---

- 4 ¿Acaso es un lugar donde negociar con mis proveedores es prioritario? **NO**

---

- 5 ¿Acaso es un lugar donde nada cambia ante el consumidor? **NO**

---

- 6 ¿Acaso es un lugar donde el cliente condiciona lo que se lleva? **NO**

---

- 7 ¿Acaso es un lugar donde informamos menos que internet al cliente? **NO**

---

- 8 ¿Acaso es un lugar donde mi horario y servicios no son cómodos para el cliente? **NO**



## ¿Qué debería ser un punto de venta para el cliente?

- 1 Quizás un lugar donde darle un servicio global solucionándole todo lo que esté en nuestra mano, aunque nos suponga un esfuerzo extra? **SÍ**

---

- 2 Quizás un lugar donde venderle un aparato solo sea el comienzo de la relación comercial porque luego vendrán los accesorios y las ventas cruzadas? **SÍ**

---

- 3 Quizás un lugar de amabilidad, optimismo y sonrisa para compensar el ruido actual que soportan también nuestros clientes? **SÍ**

---

- 4 Quizás un lugar donde poner toda mi energía en vender dejando a la central la mayor inversión de tiempo en proveedores? **SÍ**

---

- 5 Quizás un lugar donde cambiar el aspecto continuamente para hacer atractiva la entrada y la atención del cliente? **SÍ**

---

## ¿Qué debería ser un punto de venta para el cliente?

6 Quizás un lugar donde mi asesoramiento y mi profesionalidad me permite elegir que aparato se lleva el cliente? **sí**

---

7 Quizás es un lugar donde informar y asesorar mejor al cliente en directo que si este lo lee en internet? **sí**

---

8 Quizás una agradable, original y distinta experiencia de compra para el cliente? **sí**

---

Si la oportunidad que supone diferenciarse de los competidores no es aprovechada por las tiendas es regalarles a esos competidores el futuro, es como darles las llaves de nuestro negocio.





**II** Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

**Si te lo propones, serás un gran profesional del punto de venta pero...**

**Te tiene que gustar el mundo comercial, la venta es apasionante así que disfrútala cada día**



Financiada por



II Encuentro Andaluz  
de la Distribución de  
Electrodomésticos y  
Otros Equipamientos  
del Hogar

Evolución del sector e  
implicación normativa

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

# FerSay



## MUCHAS GRACIAS

### JOSE CARRASCO

BLOG: <http://www.josecarrascolopez.com>



[jcarrasco@fersay.com](mailto:jcarrasco@fersay.com)

[azeleraformacion@fersay.com](mailto:azeleraformacion@fersay.com)