



Grupak
Papel y empaque de cartón corrugado

03

Guía de materiales de exhibición



Contenidos

- 03 ¿Qué son los materiales de exhibición?
- 05 Tipos de materiales de exhibición en punto de venta
- 07 Ventajas de los materiales de exhibición
- 08 Estadísticas sobre los materiales de exhibición en puntos de venta
- 09 Buenas prácticas en el diseño de Materiales de Exhibición de cartón corrugado



Con nuestra guía de Materiales de Exhibición, podrás descubrir **cómo hacer de tus exhibidores un verdadero imán** para tus clientes potenciales.

Aprenderás acerca de los diferentes tipos de materiales de exhibición en el punto de venta, así como las ventajas y especificaciones de cada uno. También te mostraremos las mejores prácticas para la impresión y diseño de tus materiales de exhibición, y cómo puedes utilizar exhibidores de tarima y exhibidores tipo "retail ready" para maximizar la atención de los consumidores.

¡Con esta guía, estarás en el camino correcto para atraer la atención de tus clientes y aumentar tus ventas!

¿Qué son los materiales de exhibición?

Los materiales de exhibición son **elementos que se utilizan en el punto de venta** para exhibir los productos y atraer la atención de los clientes potenciales. Estos materiales se fabrican con diversos materiales, incluyendo cartón corrugado, y se diseñan para cumplir una variedad de funciones. En este artículo, nos enfocaremos en los materiales de exhibición fabricados con cartón corrugado.



El cartón corrugado

es un material duradero y resistente

que es ampliamente utilizado en la fabricación de materiales de exhibición debido a su capacidad para soportar altos pesos y crear una gran variedad de formas y tamaños. Además, el cartón corrugado es un material sustentable y respetuoso con el medio ambiente, lo que lo convierte en una opción popular para aquellos que buscan reducir su impacto ambiental.

Exhibidores
de tarima



Retail ready

Existen varios tipos de materiales de exhibición fabricados con cartón corrugado, cada uno diseñado para cumplir una función específica. Los **exhibidores de tarima**, por ejemplo, se utilizan para exhibir productos en el piso de la tienda, mientras que los exhibidores tipo "**retail ready**" se utilizan para exhibir productos en las estanterías de la tienda. Los dispensadores de productos, por otro lado, se utilizan para separar productos a los clientes en la caja.

Tipos de materiales de exhibición en punto de venta



Floor Stands Exhibidor de piso

Se puede usar para ofertar productos, teniendo mayor visibilidad en pasillos. Tiene la ventaja de poderse transportar plegado, o bien, ya con producto desde el distribuidor.

Side Kick

Se usan colgándose en las secciones laterales de los anaqueles. Son de muy fácil transporte y armado. Al destacar en los pasillos de los puntos de venta, busca captar la atención de los posibles compradores.





Exhibidores de tarima - Islas

Se trata de grandes exhibidores por lo general ubicados en los grandes pasillos de los supermercados. Contienen una variedad de SKU de una misma marca.

Materiales Retail Ready

Estos empaques de cartón corrugado están diseñados para, con unas muy ligeras modificaciones, también servir de exhibidores de punto de venta. Entre sus ventajas se encuentran la reducción de costos y tiempo.



Ventajas

de los materiales de exhibición

En la actualidad, la competencia en cualquier industria es muy alta, por lo que si un producto no se hace visible, difícilmente se venderá. Por esta razón, es esencial contar con materiales de punto de venta para aumentar la visibilidad de los productos y destacar en cualquier tienda o lugar de exhibición, donde la mayoría de los compradores toman la decisión de compra. A continuación te presentamos algunas ventajas de este tipo de materiales de cartón corrugado:

- ▶ Optimizan la rotación de tus productos en el punto de venta. Puedes planear dedicar distintos periodos o ubicaciones a distintos productos.
- ▶ Te permiten aumentar la visibilidad de tu marca a través de promociones anunciadas en los materiales de exhibición.
- ▶ Mejoran la presentación de tus productos y atraen a nuevos clientes.
- ▶ Hacen destacar a tus productos por encima de los de la competencia.
- ▶ Aumentan la percepción de prestigio de tu marca y su posicionamiento en la mente del consumidor.
- ▶ Son más eficientes que publicidad convencional aplicada en otros lugares.



Estadísticas

sobre los materiales de exhibición en puntos de venta



- ▶ De todo lo que los visitantes ven en el punto de venta, **el 13% de su atención se centra en los materiales de exhibición.**
- ▶ De este 13% de fijaciones de la vista de los compradores, **el 44% se enfoca en las cabeceras, el 42% en las islas y el 10% en los exhibidores colgantes (danglers).**
- ▶ **Los displays de isla** (o exhibidores de tarima) y las cabeceras son los materiales de punto de venta **más frecuentes en el punto de venta.**

Buenas prácticas

en el diseño de Materiales de Exhibición de cartón corrugado

Realiza un análisis de tu competencia

Antes de implementar tus estrategias de mercadotecnia de punto de venta es importante analizar a tus competidores para generar ideas innovadoras. De esta manera, podrás establecer qué deseas hacer con tu marca y comprender las buenas prácticas y tendencias. Al mismo tiempo, podrás aprender qué no debes hacer al evitar repetir los errores de la competencia.

Anticípate a las tendencias del mercado

Dado que el mercado siempre está en constante evolución, es esencial estar un paso adelante en el desarrollo de estrategias a corto y largo plazo. Además, debes contemplar situaciones que puedan surgir sin previo aviso, como situaciones de temporalidad. Para este tipo de fechas es recomendable desarrollar un plan de acción con al menos dos meses de anticipación.

Ten clara la categoría de tu producto para ofrecer mayor valor al consumidor

Es esencial planificar estratégicamente la organización de la estructura de ubicación de los productos de acuerdo con la categoría de cada producto y las necesidades del comprador. Esto asegura que la experiencia de compra sea un proceso agradable y práctico.

Define mensajes claros y orientados a la compra

Asegúrate de que los mensajes muestren algún beneficio al consumidor y que la imagen del producto aliente a la compra. Es importante que los mensajes no parezcan un elemento más del punto de venta, sino que de alguna manera hagan destacar a tu marca en la categoría.

Diseña exhibidores de acuerdo a la línea gráfica de tu marca

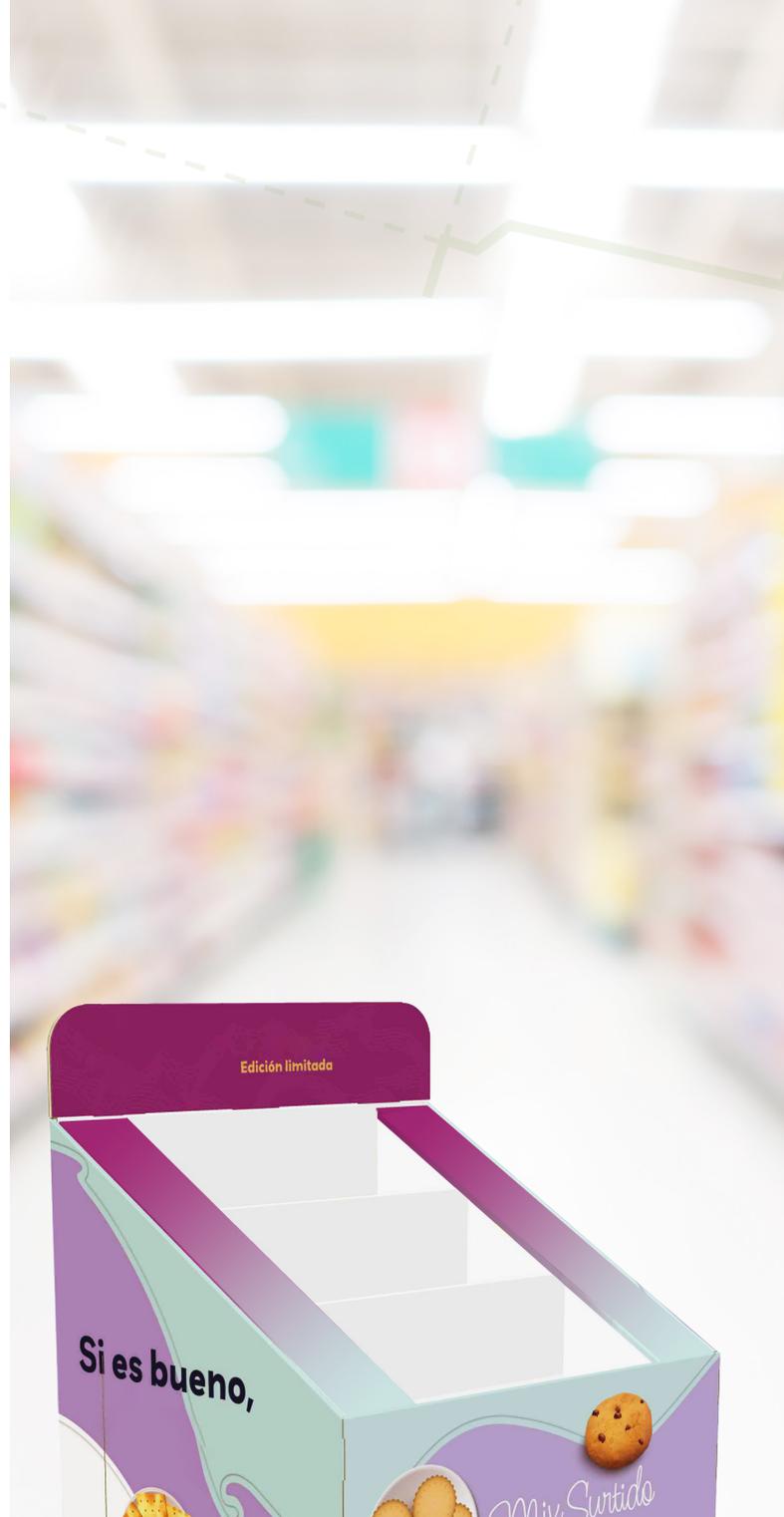
Mantener la línea gráfica de tu empresa en el diseño de los exhibidores de punto de venta es crucial para que el cliente pueda reconocer fácilmente tus exhibidores y sean atractivos y congruentes con la identidad de tu marca.

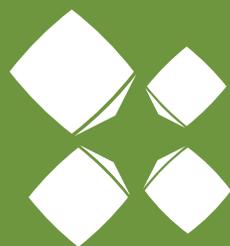
Define la ubicación de tus exhibidores de manera estratégica

Es importante que el lugar donde ubiques tu material resalte frente a los demás para que todo el esfuerzo que hayas destinado para tu estrategia no pierda efectividad y no te ponga en desventaja con tu competencia.

Evita la saturación visual

La saturación de elementos gráficos en el punto de venta puede ser una molestia para los consumidores, especialmente en los supermercados donde hay muchas marcas empleando carteles, stickers, vinilos, etc. Procura que tus materiales de exhibición no lleguen a ser una molestia para los posibles compradores.





Grupak
Papel y empaque de cartón corrugado

Contacta a Grupak y déjate asesorar por nuestros expertos en empaque.

• **Protegemos tu producto, cuidamos tu futuro** •