

11 trucos que las tiendas usan para ganar más dinero y que puedes aplicar en tu negocio.

<http://www.negocios1000.com/2014/02/11-trucos-las-tiendas-usan-ganar-mas-dinero-puedes-aplicar-negocio.html>

En más de una ocasión al salir de una tienda habrás podido observar que has gastado más dinero del que tenías pensado inicialmente. **Son muchas las técnicas o trucos que cada vez más**, incluso los pequeños negocios utilizan para aumentar sus ventas y **ganar más dinero con los clientes que recorren el establecimiento**. Hay quien piensa que las técnicas del [marketing sensorial](#) o neuro-marketing son cosa de grandes centros comerciales, y eso está muy alejado de la realidad.

Tiendas de ropa, supermercados y empresas de venta al público en general pueden aplicar muchas de estas técnicas que vamos a nombrar.



1. El carrito de compra.



Habrás observado que cada vez más pequeños comercios tienen carritos de compra. Este invento fue diseñado a finales de 1930 para ayudar a los clientes a hacer compras más grandes con mayor facilidad quitando el sentimiento de que han comprado más de lo necesario al no poderlo llevar encima. Con el carrito de compra, las compras no pesan por muy grande que sea.

2. Productos con mayor margen de ganancia al principio.

Sobre todo en los supermercados, los productos con mayor margen de beneficio se colocan al principio, cuando el carrito está vacío, pues en ese momento, el espíritu de compra aún está intacto y al alza.

3. Flores y productos de panadería al principio.

Aunque no vendas flores, coloca flores al principio. En los grandes supermercados encontrarás flores y panadería, ya que según los expertos, ese olor activará las glándulas salivales, lo cual nos incita a comprar por impulso.

(Leer: [8 señales que indican podrían ser un comprador compulsivo](#))

4. Productos de primera necesidad al fondo.

Este es el truco probablemente conocido por todos, y es que aunque solo quieras comprar 2 barras de pan y un litro de leche, obligatoriamente vas a tener que pasar por pasillos repletos de galletas, alcohol, tentadoras ofertas en perfumería y novedades.

5. Tu movimiento por las tiendas no es tan libre como piensas.

Las grandes cadenas obligan a los clientes a moverse en la misma dirección en que en ese país conducen. Por regla general es de derecha a izquierda. Combinado con el hecho de que en España se conduce por la derecha, hace que la gente observe más y compre más los artículos del lado derecho del pasillo. En Inglaterra ocurriría al contrario.

6. Productos al nivel de los ojos del comprador.

Juguetes, juegos y cereales casi siempre se colocan más abajo, y es que se intenta colocarlos a la altura de los ojos y alcance de los niños, para que lo coja y te obligue a comprarlo. Igualmente se intentan colocar los productos con más margen de beneficio a una altura fácil de ver y coger.

7. El color exterior e interior altera el instinto de compra de los usuarios.



Los negocios cuya decoración exterior (percepción exterior) tiene tonos cálidos como rojos, naranjas, amarillos atrae a la gente, pero una vez dentro, los colores fríos como azul y verde animan a gastar más.

8. La música fomenta el gasto, ¿pero qué música poner?.

Los estudios demuestran que la música lenta hace que la gente compre sin prisa, y por tanto, al igual que en los

casinos, cuanto más tiempo pases en el interior, más gastarás. La música clásica estimula las compras más costosas, mientras que la música rápida indica que te des prisa, pues es hora de cerrar.

9. Las ofertas por tiempo limitado funcionan.

Del 8 al 11 de febrero

Televisor LED 37"

LG Smart TV 37LS570S

- Smart TV: navegador libre, contenido ilimitado
- TDT con grabación USB
- Conectividad: 4 HDMI / 3 USB

599€

399€

Más información >

Producto irreplicable!

exclusivo online

Una oferta ya de por sí incentiva el gasto, aunque el descuento no sea real. Asimismo, el 50% de descuento sólo hasta final de mes te crea un sentimiento de urgencia para hacer la compra.

10. El área más rentable es la cola de la caja.

Dulces, revistas y otros muchos productos nos esperan para que los observemos durante nuestra estancia en la cola de caja. Recuerdo que en un país se llevó a cabo un estudio en el que quitaban los chicles de la caja y no se vendían apenas. Al colocarlos en la zona de parada y paso de la caja, la venta de chicles más de un 1.000%.

11. Tarjetas de puntos para conseguir regalos.

Esta técnica la deberían aprender en todo tipo de establecimientos, ya que probablemente sea una de las mejores formas de asegurarte clientes recurrentes, pues no hay nada mejor para cualquier persona que recibir un regalo por un dinero que debías gastar de igual modo. Gasolineras, supermercados y ya las tiendas de ropa están empleando este conocido truco para fomentar la vuelta de los clientes.