

DIVERSIFIQUE SUS PUNTOS DE VENTA.

Uno de los graves problemas que enfrentan los micro y pequeños empresarios es la distribución y venta de sus productos; en el mes de septiembre Entrepreneur publico un artículo que hacía referencia a los multicanales; pero el canal de distribución es sólo una parte del proceso, otra parte la conforman los puntos de venta, los cuales son el lugar donde acude el consumidor a adquirir sus productos.

Las grandes empresas han optado por los puntos de venta más grandes y que ofrecen grandes volúmenes de desplazamiento, mientras que las pequeñas empresas luchan por vender sus productos “donde sea”.

En el siguiente cuadro podemos observar los principales puntos de venta y su mayor ventaja y su mayor desventaja:

PUNTO DE VENTA	EJEMPLO	VENTAJA	DESVENTAJA
Tiendas departamentales	Liverpool, El Palacio de Hierro	Gran volumen de desplazamiento	Muchos requisitos, requiere financiamiento.
Tiendas de autoservicio	Wal-Mart, Gigante	Gran volumen de desplazamiento	Muchos requisitos, requiere financiamiento.
Farmacias	Benavides, Farmacias del Ahorro	Gran Cobertura, buenos niveles de venta.	Solicitan Financiamiento
Tiendas de Conveniencia.	Super 7, Oxo	Buena Cobertura	Solicitan Financiamiento
Changarreo	Kioskos, tienditas	No solicitan financiamiento. Gran cantidad de opciones	Niveles bajos de venta.

Como se puede observar, los puntos de venta conocidos como changarros son los únicos que no solicitan financiamiento o que en caso de hacerlo, este no es mayor a 8 o 15 días, por lo mismo resultan ser los más atractivos para las empresas pequeñas que no cuentan con capital para financiar pedidos por 60 o 90 días que llegan a solicitar otros puntos de venta.

Dentro del changarreo las opciones de venta son muchas, si usted quiere lograr una gran cobertura de los productos que fabrica, entonces le sugerimos tome en cuenta las opciones siguientes:

a) Tiendas de abarrotes, Farmacias independientes, Tiendas de regalos, etc.

Estos puntos de venta suelen comprar poca cantidad de producto, en muchas ocasiones lo solicitan a consignación, sin embargo, suelen ser reconocidas en su zona geográfica y tienen gran influencia en las decisiones de compra de los consumidores.

La negociación para convertirse en proveedor suele ser sencilla y a través de un programa simple de Relaciones Públicas se puede generar un buen nivel de negocio.

b) Kioskos.

Los kioskos son pequeños puntos de venta, generalmente ubicados en esquinas transitadas o parques y venden toda clase de productos, desde revistas y dulces hasta alimentos preparados.

Este tipo de negocios suelen comprar en sus productos en tiendas o a través de grupos de distribuidores, sin embargo, y a pesar de existir algunas “mafias” que controlan a los mismos, es posible establecer negocios con ellos para la venta de productos.

Generalmente pagan de contado y a pesar de que sus compras son pequeñas, pueden resultar un mercado atractivo.

c) Puestos en tianguis, bazares y mercados.

Los ya famosos bazares, tianguis, mercados sobre ruedas y negocios de este tipo se han convertido en excelentes ejemplos de una buena actividad de marketing; tienen amplio surtido de productos, están ubicados en puntos estratégicos y tienen consumidores cautivos.

Vale la pena mencionar que en estos casos también existen grupos un tanto amafiados que controlan el negocio, no obstante, los dueños de puestos y locales son abiertos a la adquisición de productos novedosos y de buen precio que les permitan incrementar sus ventas, aquí tiene usted una gran oportunidad.

d) Maquinas expendedoras.

Las máquinas expendedoras son uno de los grandes negocios del siglo 20, toman cada vez más fuerza y las encontramos en todo tipo de lugares: escuelas, empresas, centros comerciales...

Las negociaciones se hacen de diversas maneras, directamente con los propietarios de las máquinas, con las instituciones donde se ubican o con los distribuidores especializados en este negocio, acuda a ellos y busque estar presente en este punto de venta, se sorprenderá de los resultados.

e) Cafeterías en colegios, cooperativas escolares.

Uno de los puntos de venta más rentables es el de las “tienditas” de escuela, aunque su volumen suele ser relativamente bajo, es constante durante 10 meses al año, además de existir gran cantidad de opciones; es simple, cuente cuantas escuelas están cerca de donde usted vive. ¡Contáctelas!

Los anteriores son sólo algunos de los muchos puntos de venta que llega a conformar el changarreo y que suelen ser grandes vetas de negocio, no piense

en los resultados individuales, piense en la globalidad de atender a este mercado y se sorprenderá de los resultados que obtendrá.