

¿Qué sucede en el retail hoy?



Cuanto más grande sea el carrito mejor Los precios con muchos nuevos

Artículos a la altura de sus ojos (o de su hijo)

Lo que no necesitas está al principio Lo que más necesitas está siempre al fondo

El trato con el cliente hace la diferencia

Las cajas están a la izquierda

Cuidamos el medioambiente, traiga sus propias bolsas.

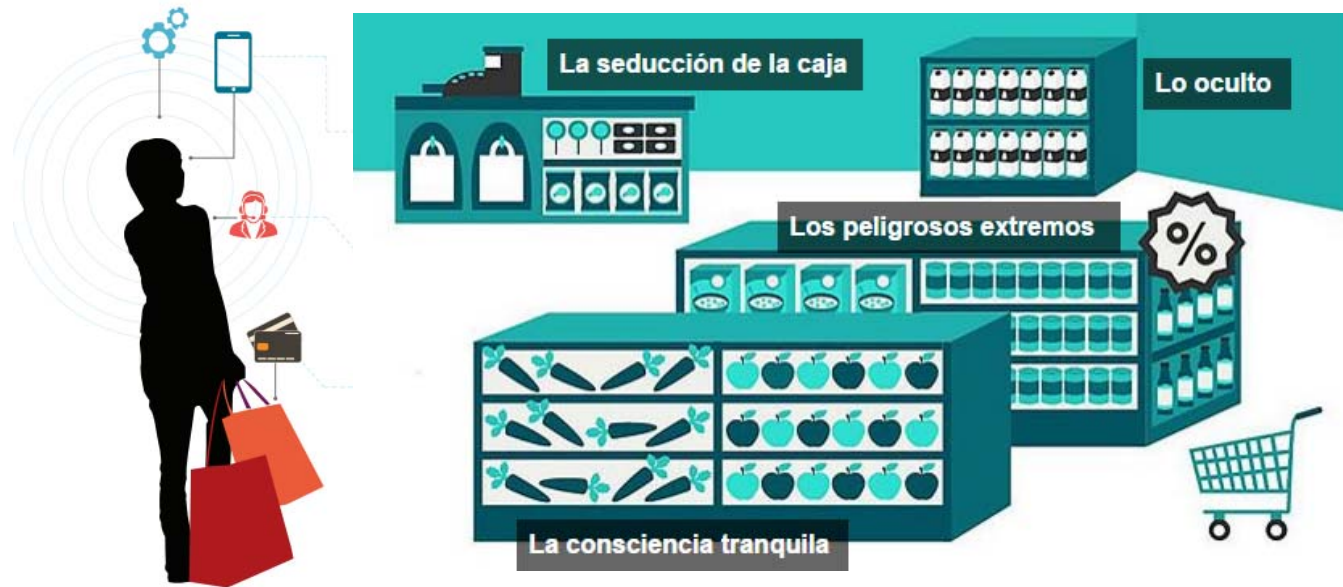
Los productos de liquidación, cuanto más desordenados mejor

La última frontera: los productos en el perfil de caja

Entregas a domicilio



¿Qué buscar el consumidor de hoy?



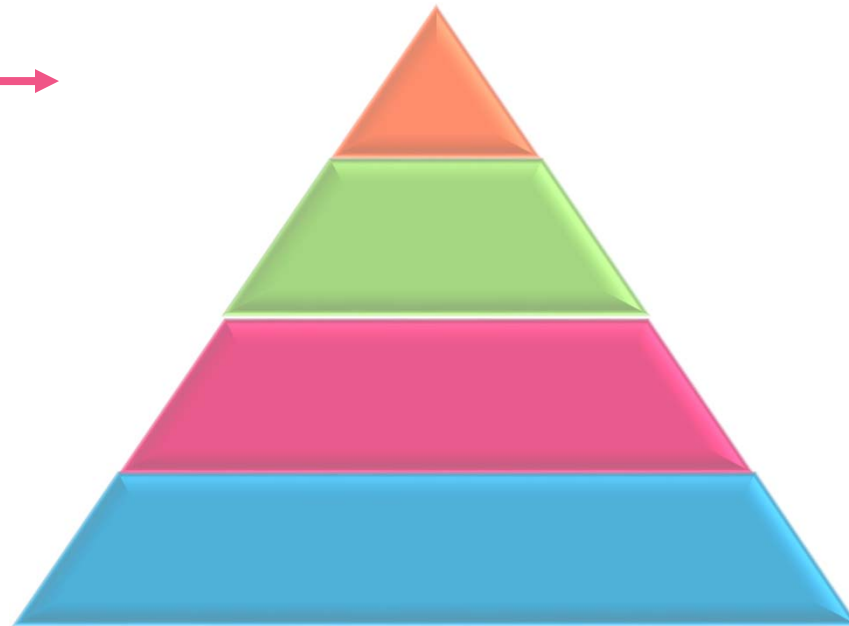
- 76% de los consumidores se ajusta a comprar lo que tenía planeado versus el 52% del 2014
- 70% de los consumidores fraccionan su lista de compras en diferentes supermercados de acuerdo a los artículos.
- El 80% de quienes no encuentran lo que buscaban acuden a otro establecimiento de otra marca a realizar la compra de esos mismos artículos
- 2% se lleva consigo productos equivalentes a los que buscaban pero de otra marca
- 24% de personas adquieren en el supermercado artículos fuera de los de la canasta básica.

Fuente: Estudios realizados en el 2015 por GS1 Costa Rica.

1973



En **GS1** somos **líderes** en el desarrollo de servicios, que aportan de forma directa en la mejora continua de los procesos logísticos, a lo largo de toda la cadena de suministros (SCM).



INICIO DE **GS1 GLOBAL**



Hablamos el **mismo lenguaje** entre consumidores, proveedores y socios de negocio



Brindamos Soluciones

Integrales para cada tipo de empresa a lo largo de la cadena de suministro.



Video





El Lenguaje Global de los Negocios

TIENDA PERFECTA



¿Qué hay en el entorno?





Estudio Especializado GS1 Costa Rica

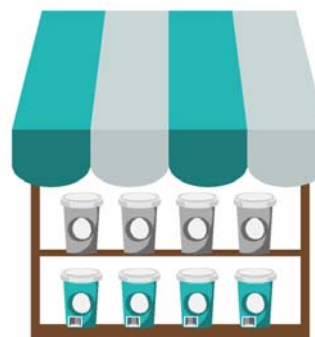
Lograr la conexión exacta entre las acciones y las ventas



FMG / OSA



Market Share



Planimetría



Estudio de Precios



Análisis en Área de Cajas



¿Qué se debe considerar?



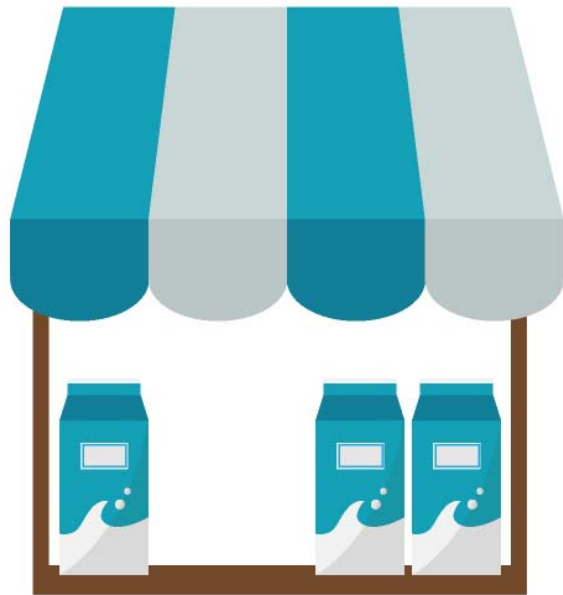
Ente neutral
que realice el
estudio

Base estadística
formal y
estructurada

DECISIONES MÁS RÁPIDAS, INTELIGENTES Y PRECISAS,
QUE **APOYAN EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO**



Estudio Faltantes de Mercadería en Góndola



FMG / OSA

- La tienda perfecta cuenta con los productos que el consumidor busca

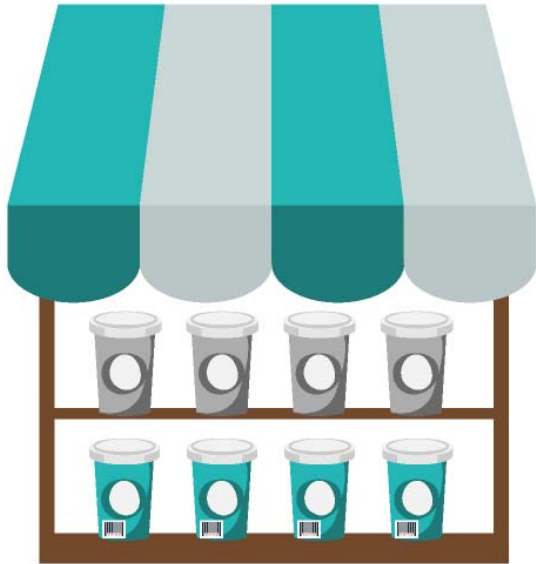
Participación en Góndolas



- La tienda perfecta aplica correctamente el plan estratégico de mercadeo
- Análisis de la participación del producto en la tienda.

Market Share

Estudio de Plaza



Planimetría

- La tienda perfecta tiene el acomodo acordado con el proveedor
- Con quien compite mi marca a la par de otra marca.

Estudio de Precios



Estudio de Precios

- La tienda perfecta tiene los precios pactados con el proveedor y actualizados para el consumidor
- Análisis de precios de los competidores.

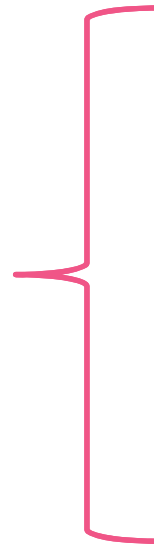
Actividades Reales



DENTRO DE LA TIENDA QUE GENERAN UN
IMPACTO SIGNIFICATIVO EN TUS RESULTADOS FINALES



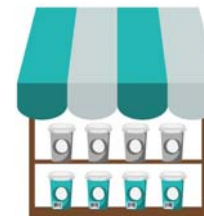
Estudio Especializado GS1 Costa Rica



FMG / OSA



Market Share



Planimetría



Estudio de Precios

