



Fecha publicación: 14/05/2009

NOTAS SOBRE COMERCIALIZACIÓN

DEL MOSTRADOR PARA ACÁ, Y PARA ALLÁ

Es evidente que se terminó la época en que nos quedábamos detrás del mostrador esperando al cliente. Los tiempos actuales nos exigen entablar con el consumidor una comunicación de alto nivel fuera y dentro del punto de venta.

Además de producir un buen helado artesanal resulta cada vez más importante transmitir el placer de entrar en un local acogedor, llamativo y agradable.

Por eso debemos trabajar diferentes aspectos a fin de atraer al cliente y lo que es, tal vez más importante: mantenerlo.

Hay cuestiones que surgen permanentemente: ¿De qué manera puedo incrementar mis ventas? ¿Cómo hago para trabajar todo el año? ¿Qué opciones tengo?

En este artículo expondremos casos reales y sugerencias generales que podrán ponerse en práctica o no, de acuerdo a la zona en donde esté ubicado nuestro local, al mercado al que se apunta, y a la concepción que, como heladero, se tenga del negocio.

Algunos heladeros tienen el concepto, y es muy respetable, que su negocio es producir un helado de calidad y que sólo se dedicarán a eso.

Otros en cambio están abiertos a incluir otros elementos en el negocio que les permitan facturar más o mantener el local abierto durante el invierno.

En muchos países la tendencia es que el negocio no sea exclusivamente heladería, sino que se brinden servicios adicionales para complementar. Agregar la venta de café, chocolate y bombones, nuevos sabores, postres helados o combinados, son excelentes opciones.

Cuando el negocio llegó a un techo, es importante saber vender nuestro producto, y desarrollar nuevos productos haciendo postres helados convencionales, e inventar otros, manejar chocolatería y bombonería y sus combinaciones heladas para brindar, por ejemplo, como servicio exclusivo a organizadores de recepciones, fiestas, restaurantes, hoteles, etc.

El personal del local ya está, por lo tanto se agregan elementos nuevos que nos permiten ganar más y sin requerir una gran inversión para ello.

Por lo general nos limitamos a preocuparnos por los insumos, producir la calidad y cantidad de helado necesarios, tener el local lindo y limpio y abrir las puertas. Y si bien esos son elementos fundamentales, el éxito y progreso de nuestro negocio no depende sólo de la calidad de nuestro producto, su precio y presentación. El trato que le damos al cliente es fundamental. Un cliente conforme regresa, y nos hace buena publicidad. Uno desconforme posiblemente no nos diga nada, pero no solo no regresará, sino que comentará que fue mal atendido, haciéndonos publicidad negativa.

Una esmerada atención al cliente es una herramienta fundamental para atraer y conservar a los consumidores. Usted quiere vender día a día más helados, quiere que sus clientes sean fieles y vuelvan, para poder conseguirlo, debe brindar un servicio de excelencia, tiene que conseguir que sus clientes consideren a su heladería como la mejor opción en cuanto a productos y servicios.

Las cosas nos entran por los ojos, y más si de alimentos se trata. Por eso es de suma importancia la decoración y presentación del helado, y la innovación en el desarrollo de postres sabrosos y llamativos. Es de vital importancia preocuparse por la calidad de la presentación en vitrinas.



Publicitar el local, ofrecer diferentes promociones y hacer alianzas con otros tipos de negocios pueden ser otras opciones para apostar al crecimiento de nuestro local.

No hay reglas exactas que garanticen el éxito de un negocio. Sí hay análisis y experiencias anteriores que nos presentan un panorama más amplio y creativo. Se cuenta una parte de la historia. Cada uno considerará cuáles de las sugerencias puede tener en cuenta y/o adaptarlas a su situación.

La otra parte de la historia la escriben ustedes.

Nota publicada en:

Revista CICHA