

¿Qué es el merchandising?

Si no se sabe qué es el merchandising, no es necesario perder tiempo buscándolo en el Diccionario de la Real Academia Española, la RAE, pues no se encontrará. David Guiu, Director de EMPEZAMOS AHORA S.L., explica de qué se trata.

Qué es el merchandising

Si no se sabe qué es el merchandising, no es necesario perder tiempo buscándolo en el Diccionario de la Real Academia Española, la RAE, pues no se encontrará. Se trata de un término anglosajón y que por su terminación en “ing”, se sabe que en el significado implícito de la palabra hay un constante movimiento. En éste caso, y hablando de marketing, se trata de un movimiento del producto hacia el consumidor. Del movimiento que sufren los productos en el lugar de venta para incentivar su venta concretamente.

Definición de merchandising

Investigando por Internet se encontrará más de una definición de merchandising. Algunas de estas definiciones son bastante dispares entre sí, pero todas tienen algo en común que indican qué es el merchandising. Y es ahí donde reside la esencia del concepto de merchandising. Son los “4 términos” que no deben faltar en la definición de merchandising y que se verán a continuación. Antes de nada, hay que saber que merchandising es la contracción de las palabras “merchandise” (entendido en esta definición como “producto”) y la terminación “ing”, que del inglés traducimos en “movimiento” o “acción de mover”. También tener en cuenta que la transcripción literal de términos, es decir merchandaising, es completamente errónea.

El merchandising trata de todos aquellos procesos o técnicas con los que se busca promover las ventas de un producto a través de su presentación. De su situación, colocación y/o ubicación. En definitiva, del emplazamiento estratégico de los productos en el punto de venta que, en función de ser una u otra, afectan a las ventas de cada uno de ellos, pues se incita a la compra por impulso, a la recordación y otros aspectos que afectan a la decisión de compra del consumidor. La definición de merchandising debe por tanto incluir los términos “producto” + “lugar de venta” + “técnicas” + “aumento de ventas”. El concepto y significado del término se emplea, por tanto, muy habitualmente en departamentos de marketing, equipos comerciales y en otras técnicas de comunicación integral sobre los que, en la actualidad, el marketing es el eje empresarial.

Más información en www.socialetic.com/que-es-el-merchandising.html

Artículo aparecido en SOCIALetic.com, Diario de noticias de Social Media, Empresas & TIC

David Guiu, Director de EMPEZAMOS AHORA S.L.

www.open-buzoneo.com
www.hacercarteles.com
www.imprentapublicidad.com

Datos de contacto:

SOCIALetic.com
645768490

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>