

Tipos de punto de venta

Puntos de venta	Definición
1. Tiendas tradicionales	Establecimientos de gran tamaño que ocupan varias plantas y se dividen por secciones. Su localización suele ser céntrica y cuentan con un amplio surtido (ejemplo: Liverpool)
2. Autoservicio	Comercios que venden productos de compra habitual. Normalmente cuentan únicamente con secciones de alimentación y farmacia. Extensión pequeña.
3. Supermercados	Suelen ubicarse en zonas urbanas. Venden los mismos productos que un autoservicio. Su surtido es amplio pero poco profundo. Extensión mediana.
4. Hipermercados	Establecimientos comerciales especializados en la venta de productos de marca, tanto defectuosos, como pasados de temporada.
5. Tiendas de conveniencia	Es un establecimiento, generalmente fundado por algún colectivo o empresa pública o privada, con el fin de vender productos a precios menores que en las tiendas habituales (ejemplo: tiendas de Liconsa)
6. Grandes almacenes	Se suelen situar en las afueras de las ciudades, en zonas bien comunicadas. Venden un surtido muy amplio (muchas líneas de producto) y muy profundo. Extensión grande o muy grande.
7. Centros comerciales	Tiendas que ofrecen productos económicos generalmente a un mismo precio (ejemplo: Waldots, Todo a 5 pesos).
8. Tiendas especializadas	Supermercados que compiten fuertemente en precios; en ellos, la decoración y los servicios son mínimos y la instalación es austera. Tienen una oferta muy reducida de artículos (ejemplo: tiendas 3B).
9. Outlets	Implica un establecimiento pequeño con atención directa por parte de un vendedor o dependiente.
10. Economato	Se utiliza para describir de forma persuasiva los productos, mostrando un número de teléfono a través del cual realizar el pedido.
11. Tiendas de precio único	La venta se realiza a través de máquinas expendedoras (vending), donde se suelen ofrecer productos de uso frecuente y de bajo precio (bebidas, tabaco, tarjetas de visita)
12. Tiendas de descuento	Se caracteriza por su carácter interactivo. Se emplea un sitio web como canal para proporcionar información acerca de los productos y servicios que se comercializan, a través de catálogos online, y también como un medio de distribución, como las páginas de descarga
13. Mercado	Varios locales, principalmente de alimentos frescos y perecederos, concentran su oferta en un solo edificio con locales fijos.
14. Maquinas expendedoras	Grandes superficies formadas por conjuntos de pequeños establecimientos especializados. Incluyen un gran almacén o un supermercado, que sirven como focos de atracción (ejemplo: plaza Los atrios)
15. Mercadillos, tianguis	Sus orígenes son los mercados ambulantes e incluso el antiguo regateo.
16. Venta de puerta en puerta	Se caracteriza por el contacto personal, iniciado normalmente por el vendedor, que se encargará de ensalzar las virtudes del producto.
17. Venta por televisión	Pequeños supermercados que destacan por la amplitud de horarios. Ofrecen un gran surtido: aunque con muy poca profundidad. Tienen precios elevados (ejemplo: oxxo).
18. Comercio electrónico	Establecimientos especializados en pocas líneas de productos. Su surtido es poco amplio y líneas muy profundas (ejemplo: Office depot).