

Una guía para su expansión

Proyectar una nueva sala o pensar en su remodelación es una tarea de suma importancia y que requiere el análisis de algunas variables fundamentales para encaminarse hacia el éxito y minimizar un posible fracaso.



Por Antonio Carlos Ascar
 Consultor de ABRAS-BRASIL
 Socio Director de Ascar & Asociados
 Columnista de Revista Tecnomercado

¿V

o a remodelar su sala? ¿Proyecta una nueva sala para su red? Entonces, comience averiguando, conociendo, analizando las últimas salas inauguradas en su ciudad o región. Manténgase informado sobre las tendencias del comercio de alimentos en los países más desarrollados. Conozca al máximo su público objetivo, la sala a ser reformada y la nueva sala. Conozca también a los proveedores de equipamientos, y sepa qué es lo más nuevo en el momento. Si es necesario, piense en un consultor para ayudar en la orientación mercadológica y técnica de la nueva sala. Converse con sus asesores directos para conocer sus ideas, sus cualidades y sus limitaciones. Repiense su línea de productos y secciones. Mezcle todo, agregue leche y una pizca de sal... es decir acreciente el buen sentido y su tino comercial, y principalmente sepa bien cuál es el rumbo que quiere dar a su negocio. No olvide tener o crear una estrategia de expansión. Sepa cuál es el punto futuro que usted desea alcanzar con su red.

¿Está preparado?: Entonces ahora haga un test con el modelo de sala que ya tiene en su cabeza. Piense si su modelo es compatible con:

- las características de su red
- las características de su público objetivo
- el momento económico de su país
- su presupuesto

- la calificación de su recurso humano
- etc., etc., etc...

¿Pasó el test? Óptimo

Comience entonces a pasar al papel sus primeros estudios del lay-out. Trabaje con su equipo profesional de manera grupal, acogiendo las sugerencias de él. Además de enriquecer su trabajo con algunas cabezas pensantes (algunas no tanto), si