

PREPARA TU TIENDA PARA LAS REBAJAS: GUÍA PRÁCTICA PARA TU COMERCIO LOCAL

Posted on 13 junio, 2025

Las rebajas no son solo una excusa para bajar precios: bien planteadas, pueden ser una palanca de ventas muy potente y una oportunidad para atraer nuevos clientes, fidelizar a los habituales y dar salida a productos con menos rotación.

Desde la Escuela de Comercio de ASECOV te dejamos esta guía práctica y realista para que prepares tu tienda de forma eficaz, con pasos concretos y ejemplos adaptados al comercio local de Salamanca. Al final, podrás descargar una checklist imprimible para seguir cada paso sin olvidarte de nada.



 1. Define tus objetivos y estrategia

Antes de poner los carteles de “50%”, haz una pequeña reflexión estratégica:

¿Qué necesitas conseguir en estas rebajas? Ejemplo: liberar stock de temporada

primavera-verano para dejar espacio al otoño.

¿Qué productos vas a rebajar y cuáles no? Por ejemplo, una tienda de ropa como "Moda Leticia" puede aplicar 30% a ropa de baño, pero mantener precio en básicos atemporales.

¿Vas a aplicar descuentos fijos o escalonados? Ej: 30% del 1 al 15 de julio, 50% del 16 al 31.

Tener claro qué se rebaja y por qué, evita improvisaciones y protege tu margen de beneficio.

 2. Atrae con un escaparate potente

Durante rebajas, tu escaparate se convierte en una herramienta de captación clave. Debe ser visual, limpio y claro.

Consejos clave:

- Elige uno o dos colores para destacar los descuentos (rojo, amarillo…).
- Usa vinilos o carteles con frases como "Hasta el 50%", "Últimas tallas", "Rebajas por liquidación".
- Muestra productos con rebajas atractivas y buena presentación.

 Ejemplo real: La tienda "Zapatería Ángel" en la Calle Toro coloca carteles grandes con «30%-40%-50%» en el cristal y usa cajas apiladas en el escaparate con los precios tachados. Visualmente impacta y transmite urgencia.

 3. Organiza bien el interior de la tienda

Una tienda desordenada o sin señalizar hace que el cliente se marche.

Organiza así:

- Zona específica de rebajas bien señalizada (carteles visibles, flechas).
- Clasifica por precios: mesas de "todo a 10€", "todo a 20€".
- Usa etiquetas llamativas con precio antiguo y nuevo.
- Deja espacio para que se pueda mirar con calma.

Ejemplo: Una perfumería puede colocar en la entrada una mesa con "Packs regalo al -40%" para captar atención desde el primer paso.

 4. Dale visibilidad en redes sociales y Google

Si no lo comunicas, es como si no hicieras rebajas. Avisa a tus clientes en redes y en buscadores:

- Publica en Instagram y Facebook los productos con descuento. Usa el formato antes/después.
- Crea stories con vídeos cortos mostrando tu tienda preparada.
- Actualiza tu ficha de Google Business: añade "¡Estamos de rebajas!" y fotos nuevas.
- Usa hashtags locales como: #rebajassalamanca #comerciolocalsalamanca #salamancadecompras

□□ 5. Prepara a tu equipo de venta

El equipo es tu mejor aliado durante las rebajas. Asegúrate de que:

- Conozcan bien las condiciones de los descuentos.
- Sepan cómo sugerir productos complementarios (venta cruzada).
- Mantengan una actitud positiva y resolutiva, aunque haya más afluencia.

Ejemplo práctico: En una tienda de moda, si alguien compra una blusa rebajada, se puede sugerir un pantalón que no esté en rebajas pero combine bien, aumentando el ticket medio.

□ 6. Controla tu stock y planifica la reposición

Durante las rebajas, el movimiento es mayor, por lo que:

- Haz un control de stock antes de empezar.
- Revisa diariamente qué se vende más y reorganiza.
- Ten una pequeña reserva para reponer productos clave.

Ejemplo: Una papelería puede empezar con varias unidades de mochilas rebajadas. Al ver que se agotan rápido, puede destacarlas más o preparar packs con otros productos.

□ 7. No olvides la fidelización

Las rebajas pueden ser la primera toma de contacto con un nuevo cliente. Haz que vuelva:

- Incluye una tarjeta con un descuento para septiembre ("5€ para tu próxima compra").
- Entrega un folleto con tu programa de fidelidad o promociones futuras.

- Apunta el contacto si estás creando una base de datos para futuras campañas.

 Idea realista: Si tienes una tienda gourmet, puedes regalar una mini muestra de un nuevo producto con cada compra y entregar una tarjeta con descuento para la vuelta al cole.

 DESCARGA TU CHECKLIST DE REBAJAS

Hemos preparado una checklist práctica y visual para que puedas tener todo bajo control:

 Descargar checklist: “Prepara tu tienda para las rebajas” (PDF)

2025-06-13-check list prepara tu tienda para rebajasDescarga