

El ITC lleva el modelo 4.0 al punto de venta - Levante Castelló - 11/03/2019

INNOVACIÓN

El ITC lleva el modelo 4.0 al punto de venta

D. LLORENS CASTELLÓ

■ El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) profundiza en la implantación de la estrategia 4.0 en el sector cerámico mediante su integración en la promoción del producto a nivel comercial.

El ITC está desarrollando el proyecto Cebra Promoción, cuyo objetivo es optimizar la promoción de la cerámica en tiendas y puntos de venta, «generando un potente sistema de recogida de

datos», indican fuentes del Observatorio de Mercado del ITC, las mismas que subrayan que las empresas llevan a cabo «análisis de ventas basados en criterios como el tipo de composición cerámica, pero no se atienden a los criterios de las tendencias (clásicas, tecnológicas, rústicas, naturalistas...).

De hecho, estos criterios ni siquiera están integrados en sus sistemas de gestión. Por otro lado, también encontramos en las em-

presas una falta de información sobre qué materiales promocionales funcionan mejor o peor, o si realmente están sirviendo para generar ventas».

En este sentido se subraya que las empresas desconocen si las herramientas promocionales son utilizadas: «No acaban de saber si un determinado panel le está siendo mostrado al cliente, o cuáles son los motivos que derivan en la venta final», se puntualiza.

