

FORMACIÓN

CATÁLOGO



CURSOS ONLINE 2015



ANIMACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN EL PUNTO DE VENTA

ÁREA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

DURACIÓN: 70 horas

OBJETIVO GENERAL

El merchandising es la parte del marketing que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos más rentables para el establecimiento.
- Conocer diferentes estrategias de objetos promocionales
- El lineal: En qué consiste y cómo se trabaja para obtener el máximo rendimiento.
- La importancia de la animación en el punto de venta.
- El packaging

CONTENIDOS

Organización en el Punto de Venta

Introducción

Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos.

Criterios de implantación del producto:

Zonas: Venta, exposición, circulación, almacenaje y caja.

Secciones y las familias de productos: categorías de productos

Comportamiento del cliente en el punto de venta:

Entrada.





Circulación y recorrido.

Salida.

Espacio comercial:

Pasillos.

Secciones.

Escaparate.

Gestión del lineal:

Determinación del surtido: amplio, profundo, estructurado.

Promociones y productos gancho, productos líderes, productos de marca, productos estacionales y permanentes.

Promociones.

Productos gancho.

Producto líder y otros conceptos.

Facing: concepto.

Rotación de productos en el lineal: concepto y cálculo.

Reposición: concepto y repercusiones del desabastecimiento del lineal.

Distribución de familias de artículos en el lineal.

Orden y limpieza en el punto de venta.

Normas de seguridad e higiene en el punto de venta.

Animación Básica en el Punto de Venta

Factores básicos de animación del punto de venta:

Mobiliario.

Decoración.

Iluminación.

Color.

Sonorización.





Señalización.

Equipo y mobiliario comercial básico.

Góndola.

Mostradores.

Vitrinas.

Expositores.

Percheros.

Maniqués y bustos.

Probadores.

Montaje y mantenimiento: normas de seguridad e higiene.

Presencia visual de productos en el lineal.

Colocación del producto: optimización del lineal.

Información del producto en el establecimiento.

Normativa legal vigente: precio y promociones.

Calentamiento de zonas frías en el punto de venta:

Zonas frías y calientes.

Métodos de calentamiento.

La publicidad en el lugar de venta:

Indicadores visuales.

Expositores.

Carteles.

Displays.

Letreros luminosos.

Cartelería en el punto de venta:

Principales tipos de carteles.





Función y notoriedad.

Técnicas básicas de rotulación.

Aplicaciones gráficas y de edición a nivel usuario

Máquinas expendedoras: Vending.

Gestión de la venta de máquinas expendedoras.

Presentación y Empaquetado de Productos para la Venta

Introducción.

Empaquetado comercial:

Tipos y finalidad de empaquetados.

Envase de presentación: características.

Envoltorio para regalo: características.

Empaquetados de campañas comerciales.

Empaquetado de conservación.

La bolsa: tipos y características.

Técnicas de empaquetado y embalado comercial.

Materiales de empaquetado.

Productos simétricos, redondos y otros.

Utilización de materiales para el empaquetado.

Papel.

Tijeras y otros.

Optimización de uso de materiales: eficiencia y calidad.

Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto.

Plantillas y acabados.

Elaboración de Informes Comerciales sobre la Venta

Introducción





Conceptos y finalidad de informes de ventas.

Estructura de un informe:

Composición.

Esquema: Organización de contenido.

Elaboración de informes comerciales

Surtido: Rotura, defectos, excedentes.

Demanda: Detección de necesidades, productos.

El cliente: Segmentos, nuevas líneas de negocio.

Presentación gráfica de datos comerciales: volumen de ventas, visitas u otras.

Catálogo comercial

Bibliografía





OS ZAGALES

WWW.OSZAGALES.COM

T 976 25 15 83

FORMACION@OSZAGALES.COM

