

## FICHA TÉCNICA

**Curso: Animación del punto de venta: Merchandising**

**Horas:**

### **Objetivos:**

Emplear y saber aprovechar de forma apropiada, creativa y eficaz las diferentes técnicas de merchandising y animación del lugar de venta como medio para obtener el máximo beneficio del espacio comercial, logrando así una incentivación de las ventas.

### **Dirigido a:**

Está enfocado para empleados en áreas comerciales y de servicios, estudiantes y cualquier interesado en conocer las técnicas y estrategias de merchandising y animación del punto de venta.

### **Capacita para:**

Prepara, de manera general, para conocer la estética, el diseño y la distribución de los productos en el espacio comercial. Además, capacita profesionalmente al alumno para desempeñar puestos de trabajo como jefe de tienda, responsable de comercio, merchandising e imagen en la implantación de franquicias, dependiente de comercio, cajero, etc.

### **Otros datos:**

Supone un &ldquo;reciclaje&rdquo; y una actualización para profesionales del sector.

Permite profundizar en aspectos específicos de la materia.

Para interesados sin conocimientos previos en los aspectos específicos, que deseen adquirir una buena base en materia de venta y comercio.

Se afrontan todos los aspectos necesarios para llevar a cabo la labor de &ldquo;merchandiser&rdquo;.

Todas las unidades están ilustradas con diversos ejemplos, cuadros y esquemas para así facilitar la comprensión y asimilación del contenido por parte del lector.

### **Contenido Formativo:**

#### **1. Animación en el punto de venta**

##### **1.1. Introducción**

## FICHA TÉCNICA

- 1.2. Concepto de animación en el punto de venta. Actuaciones a llevar a cabo.
- 1.3. Interiorismo secciones de un comercio
- 1.4. La implantación de las secciones
- 1.5. Mobiliario la distribución del mobiliario
- 1.6. La circulación de los clientes
- 1.7. Distribución de las secciones
- 1.8. La cartelería y señalización

### **2. Exterior del punto de venta**

- 2.1. Introducción
- 2.2. La identidad, logo y rótulo
- 2.3. Entrada al establecimiento
- 2.4. Acciones para tener un comercio actual
- 2.5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
- 2.6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?

### **3. El escaparate**

#### **4. El surtido**

- 4.1. Definición de surtido
- 4.2. Objetivos del surtido
- 4.3. Estructura del surtido
- 4.4. Elección del surtido
- 4.5. Construcción del surtido
- 4.6. Gestión del surtido
- 4.7. Exposición del surtido
- 4.8. Codificación del surtido

#### **5. El lineal**

- 5.1. Optimización del lineal
- 5.2. Reparto del lineal
- 5.3. La implantación del lineal
- 5.4. Los diferentes niveles del lineal
- 5.5. Presentación de los productos en el lineal

#### **6. Aspectos generales sobre merchandising**

- 6.1. Concepto de merchandising
- 6.2. Orígenes
- 6.3. Tipos de merchandising
- 6.4. Análisis de la promoción en el punto de venta
- 6.5. Objetivos del merchandising promocional
- 6.6. Tipos de promociones en el punto de venta
- 6.7. Lugares donde realizar las promociones
- 6.8. Tipos de periodos para animar el establecimiento
- 6.9. Actitudes para el buen funcionamiento de su negocio

## FICHA TÉCNICA

### **7. Publicidad en el lugar de venta plv**

- 7.1. ¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
- 7.2. Técnicas de animación
- 7.3. La publicidad en el lugar de venta (p.l.v)
- 7.4. Objetivos de la publicidad
- 7.5. El mensaje publicitario
- 7.6. Elementos de venta visual
- 7.7. Medios publicitarios