



ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

Duración: 20 horas

OBJETIVOS

- Introducir al alumno a los conceptos de merchandising y animación del punto de venta, sus orígenes, funciones y elementos que lo componen.
- Conocer en qué consiste el surtido, sus características y cómo clasificarlo para que sea rentable.
- Análisis del consumidor en el punto de venta, detectar sus motivaciones de compra para lograr un correcto posicionamiento del producto.
- Distinguir los distintos tipos de clientes y de compras, conocer el proceso de decisión de compra y cómo se genera.
- Aprender a organizar la imagen exterior del establecimiento.
- Diferenciar las tareas a realizar en el escaparate y en el interior.
- Armonizar el trabajo del interior y del exterior del local comercial.
- Conseguir una correcta distribución del espacio interior.
- Aprender los conceptos de balance, énfasis y proporción.
- Influir sobre la circulación del consumidor en el interior del local comercial.
- Conocimiento de las secciones y el mobiliario para gestionarlos rentablemente.
- Uso correcto de las zonas frías y zonas calientes.
- Aprender a planificar la política de precios.
- Estrategias del lineal y el facing, técnicas de implantación de productos.
- Conocer el vocabulario relacionado con la animación en el punto de venta.



ÍNDICE

TEMA 1 VALORACIONES PREVIAS

- Concepto de merchandising.
- Qué es la animación en el punto de venta.
- Pilares básicos a tener en cuenta.

TEMA 2 POSICIONAMIENTO DEL PUNTO DE VENTA

- La competencia.
- La clientela, análisis del consumidor.
- Motivaciones para la decisión de compra.
- Las orientaciones comerciales, tipos de compras.
- Comunicación publicitaria y promocional.

TEMA 3 CARACTERÍSTICAS DE MI ESTABLECIMIENTO

- Imagen exterior del establecimiento.
 - Fachada
 - Rótulo
 - Accesibilidad y entrada
 - Escaparate
- Imagen interior del establecimiento.
 - La distribución de la superficie de ventas
 - El mobiliario
 - La presentación y distribución del producto

TEMA 4 ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- Implantación del punto de venta.
- Circulación.
- Mobiliario.
- Iluminación.



TEMA 5 GESTIONAR EL SURTIDO

- El surtido:
 - Composición.
 - Dimensiones: amplio, profundo, estructurado.
 - Clasificación.
 - Cualidades.
- La política de precios:
 - Objetivos.
 - Modalidades.
 - Fijación del precio de venta:

TEMA 6 EL LINEAL

- Concepto de lineal.
- Definición de “facing”
- Zonas y niveles.
- Implantación y disposición de productos

GLOSARIO DE TÉRMINOS