

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

Definir y organizar los recursos humanos del punto de venta, atendiendo a los criterios del comportamiento del consumidor.

### CONTENIDOS

1. PRINCIPIOS Y CRITERIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE VENTA 1.1. Criterios comerciales. 1.2. Optimización de espacios. 1.3. Complementariedad de productos. 2. LA CONCEPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO 2.1. Ubicación de los sectores más importantes. 2.2. Zonas frías y zonas calientes de un establecimiento. 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL PUNTO DE VENTA 3.1. Normas y pautas generales para la determinación de los recursos humanos y materiales en el punto de venta. 4. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR 4.1. Cuantitativos: paneles de consumidores, paneles de distribución. 4.2. Cualitativos: los geotipos. 5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA 5.1. Comportamiento racional de compra. 5.2. Comportamiento irracional de compra.

