

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Objetivos generales: Proporcionar al alumno unos conocimientos fundamentales y generales en la distribución y decoración de sus comercios para potenciar el rendimiento de las ventas y lograr así una mejora en la calidad de la gestión. Dotar al alumno de la formación necesaria para rentabilizar el espacio en el establecimiento y lograr la mejor visualización de los productos para aumentar las ventas. El alumno adquiere la capacidad de personalizar el espacio de su comercio y darle una identidad propia. El alumno aprenderá a utilizar el espacio a componer distintos tipos de climas, para crear un ambiente que atraiga al consumidor. Objetivos específicos: Dar a conocer al alumno técnicas a través de la imagen en las cuales optimizar las ventas en el negocio. Organizando la publicidad y las promociones necesarias en el punto de venta para alcanzar los objetivos previstos. Criterios básicos para la colocación y distribución del surtido. Determinando la implantación de productos con el fin de optimizar el lineal. Aprender los aspectos básicos de la colocación de los artículos, coordinando las actuaciones de promoción en el punto de venta. Conociendo las opciones que hay en el mercado del mobiliario y sus utilidades. Conocer la motivación de los consumidores para orientar los mensajes publicitarios. Optimizar circulación, la visión de los productos y las compras de los clientes. Estudio del color, de la luz, de la ambientación. Escoger las correctas combinaciones de colores con trabajos cromáticos que determinan sensaciones distintas en cada ambiente, según el carácter que se quiera lograr. Saber establecer la iluminación correcta, con los efectos lumínicos recomendados según el espacio a tratar. El curso propone investigar el diseño del espacio interior con las distintas tendencias de decoración.

CONTENIDOS

UD1. El marketing en el Punto de Venta. 1.1. El marketing y el Merchandising. 1.2. Fases de aplicación del Merchandising. Imagen de la empresa. 1.3. Características del consumidor. 1.4. Diseño del punto de venta. 1.5. El surtido. Criterios de determinación del surtido. UD2. Tratamiento del espacio. 2.1. Introducción. 2.2. Mobiliario. 2.3. Circulación en el establecimiento. 2.4. Implantación por secciones y por familias de productos. 2.5. Normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas. UD3. Optimización del lineal. 3.1. Definición e implantación. 3.2. Criterios organizativos. 3.3. Cálculo de rentabilidad del lineal. UD4. Diseño y composición del Escaparate. 4.1. Principios básicos para el diseño del Escaparate. 4.2. Presentación y distribución de los elementos que forman el escaparate. 4.3. Cómo captar la atención. Rótulos, Displays y Exhibidores. 4.4. El planteamiento del escaparate como medio de venta. 4.5. Investigación y pruebas instrumentales. UD5. Publicidad en el punto de venta (PLV). 5.1. Planificación e implantación de la PLV. 5.2. Organización de la campaña de promoción en el punto de venta. UD6. Animación en el punto de venta. 6.1. Permanente e intermitente. UD7. La iluminación. 7.1. Introducción. La luz artificial. 7.2. Diversos tipos de lámparas. Ventajas e Inconvenientes. 7.3. La iluminación en el comercio. 7.4. Consejos prácticos para proyectos de iluminación. UD8. El Color. 8.1. Introducción: Luz y Color. 8.2. El color pigmento. Tono. Saturación. Luminosidad. 8.3. Psicología del color. Armonía y Contrastes. 8.4. Tono, Saturación y Brillo. 8.5. Dinámica de los colores. 8.6. El lenguaje de los colores. UD9. Diferentes estilos de la decoración. 9.1.

