

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Describir diferentes comportamientos y hábitos de consumidores tipo en el punto de venta físico Aplicar procedimientos de organización e implantación en el punto de venta físico en función de unos criterios comerciales previamente definidos.

CONTENIDOS

1. Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos. 2. Criterios de implantación del producto. 3. Comportamiento del cliente en punto de venta 4. Espacio comercial. 5. Gestión del lineal. 6. Distribución de familias de artículos en el lineal. 7. Orden y limpieza en el punto de venta. 8. Normas de seguridad e higiene en el punto de venta.

