

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio (UF2383)

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

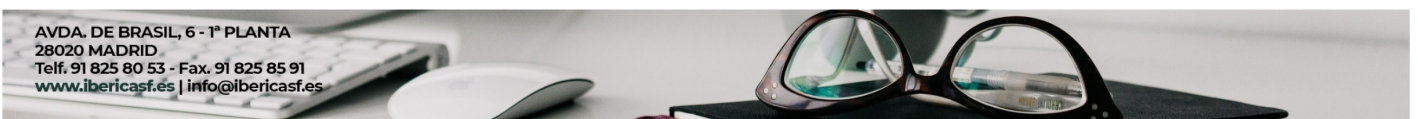
Objetivos:

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1: Psicología de la venta en el pequeño comercio: 1.1. Comportamiento del cliente en el punto de venta 1.1.1. Tipología 1.1.2. Motivaciones, frenos y móviles de compra de los clientes. 1.1.3. Perfiles de los consumidores/compradores potenciales del establecimiento. 1.2. Circulación interna del cliente: 1.2.1. Flujos de circulación 1.2.2. Recorrido de clientes 1.2.3. Proporción del espacio 1.2.4. Organización del espacio 1.2.5. Acceso a productos 1.2.6. Acceso a promociones 1.2.7. Accesos 1.2.8. Obstáculos. 1.3. Zonas frías y calientes: 1.3.1. Utilización de iluminaria 1.3.2. Efectos de luz sobre materiales y productos 1.3.3. Tipos de luces 1.3.4. Sistemas de iluminación 1.3.5. Utilización de color 1.3.6. Sombras y color 1.3.7. Utilización acústica 1.3.8. Otros recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 2: Organización interior del punto de venta de pequeños comercios: 2.1. Distribución funcional del punto de venta: 2.1.1. Zonas de venta 2.1.2. Zonas de exposición 2.1.3. Zonas de circulación 2.1.4. Zonas de almacenaje 2.1.5. Zonas de caja 2.1.6. Mostradores 2.1.7. Vitrinan 2.1.8. Expositores 2.2. Elementos de merchandising 2.2.1. Lineales 2.2.2. Zonas de venta 2.2.3. Niveles 2.2.4. Frontales 2.2.5. Góndolas 2.2.6. Isletas 2.3. Diseño de interiores básico 2.3.1. Implantación del mobiliario comercial 2.3.2. Aplicaciones de diseño interior del espacio comercial 2.3.3. Efectos visuales 2.4. Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta: 2.4.1. Manipulación de productos: normas de seguridad e higiene.

UNIDAD DIDÁCTICA 3: Distribución de productos en el pequeño comercio: 3.1. El surtido: 3.1.1. Composición del surtido 3.1.2. Caracterización 3.1.3. Indicadores de venta y toma de decisiones sobre el surtido. 3.2. Clasificación de los productos: 3.2.1. Por familias de productos 3.2.2. Por gamas de productos 3.2.3. Ciclo de vida del producto 3.3. Características de los productos 3.3.1. Técnicas 3.3.2. Comerciales 3.3.3. Psicológicas 3.4. Identificación de los productos: 3.4.1. Marca 3.4.2.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Codificación de los productos 3.5. Implantación en el lineal y exposición de los productos 3.5.1. Los facings y la gestión de categorías en el pequeño comercio. 3.5.2. Posicionamiento de los productos en función de la marca 3.5.3. Acondicionamiento UNIDAD DIDÁCTICA 4: Acciones promocionales en el punto de venta: 4.1. Normativa comercial promocional 4.1.1. Promociones 4.1.2. Premios 4.1.3. Ventas especiales (rebajas, liquidaciones, outlets) 4.2. Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes 4.2.1. Tipos 4.2.2. Impacto 4.2.3. Instrumentos de diseño y evaluación de acciones promocionales en el pequeño comercio 4.3. Elementos y soportes promocionales 4.4. Presupuestos y medios disponibles UNIDAD DIDÁCTICA 5: Señalética y cartelística comercial: 5.1. Identidad: logotipo y marca 5.2. Publicidad comercial 5.2.1. Tipos 5.2.2. Papelería comercial y merchandising 5.3. Rótulos y letreros 5.3.1. Técnicas de rotulación para folletos y carteles 5.4. Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles 5.5. Aplicaciones informáticas gráficas y de edición