

Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

Objetivos

- Determinar los recursos y elementos de animación y decorativos habituales en pequeños comercios aplicando criterios de comportamiento del consumidor en el punto de venta.
- Aplicar técnicas de distribución interna de la superficie de venta enbase a criterios comerciales incluyendo la seguridad y accesibilidad, optimizando la superficie disponible y cumpliendo la normativa comercial y de seguridad en establecimientos comerciales.
- Organizar la exposición de distintos tipos de productos, en pequeños comercios, aplicando criterios de rentabilidad de la superficie, de seguridad y en base al lineal disponible.
- Establecer acciones promocionales en el punto de venta de pequeños comercios a partir de las características de distintos tipos de productos ofertados, analizando el impacto y eficacia comercial a través de ratios u otros instrumentos de medida.
- Elaborar carteles y folletos publi-promocionales para incentivar las ventas y fidelizar a clientes de pequeño comercio, utilizando materiales y aplicaciones ofimáticas específicas a nivel usuario.

Índice

UD1. Psicología de la venta en el pequeño comercio

- 1.1 Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- 1.2 Circulación interna del cliente.
- 1.3 Zonas frías y calientes.

UD2. Organización interior del punto de venta de pequeños comercios

- 2.1 Distribución funcional del punto de venta.
- 2.2 Elementos de merchandising.
- 2.3 Diseño de interiores básico.
- 2.4 Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta.

¹ Una vez superado el curso

UD3. Distribución de productos en el pequeño comercio

- 3.1 El surtido.
- 3.2 Clasificación de los productos.
- 3.3 Características de los productos.
- 3.4 Identificación de los productos.
- 3.5 Implantación en el lineal y exposición de los productos.

UD4. Acciones promocionales en el punto de venta

- 4.1 Normativa comercial promocional.
- 4.2 Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes.
- 4.3 Elementos y soportes promocionales.
- 4.4 Presupuestos y medios disponibles.

UD5. Señalética y cartelística comercial

- 5.1 Identidad: logotipo y marca.
- 5.2 Publicidad comercial.
 - 5.2.1 Tipos.
- 5.3 Rótulos y letreros.
- 5.4 Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles.
- 5.5 Aplicaciones informáticas gráficas y de edición.