

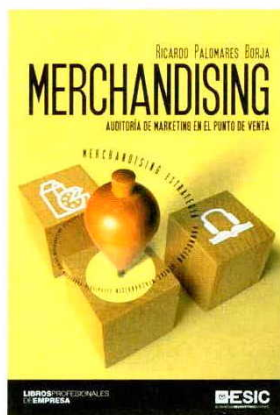


Tirada: 5.000	RETAILACTUAL	Superficie: 213 cm²	Ocupación: 34,15%	Valor: 835,67 €	
Difusión: 5.000					
Audiencia: 17.500	Nacional	Bimensual	Página: 12	 1 / 1	
Ref: 6047412	Alimentación	1^a Edición	01/03/2015		



Merchandising, auditoría en el punto de venta

¿Qué hacen las empresas retail que más venden? Esta obra analiza cómo en la actualidad el comercio minorista se enfrenta a uno de los mayores retos de su larga historia, principalmente por factores de carácter tecnológico y social. La era digital ha impulsado formatos comerciales más originales e innovadores, con estrategias de comercialización basadas en técnicas de inbound marketing y ecommerce, modificando el comportamiento de compra del consumidor, que impone cada día nuevas fórmulas más creativas para poder llegar a venderle, más allá de satisfacer sus necesidades y deseos. Las empresas retail tratan de impresionar e incluso emocionar a un cliente cada día más informado y exigente, mediante la estimulación de sus 5 sentidos, para que pueda vivir una experiencia de compra memorable en el punto de venta. Valiosa herramienta de marketing que incorpora un diagnóstico y plan de acción para aplicar los conocimientos y vender más.

Ricardo Palomares

ESIC

Avda. de Valdeñigrales, s/n

Pozuelo de Alarcón

28223 Madrid

Tel 914 524 133

www.esic.edu/editorial