

Su número de teléfono

Este es un acuerdo con las condiciones del servicio


[Portada](#)
[Empleo](#)
[Formación](#)
[Noticias](#)
[Acceso Empresas](#)
[Acceso Candidatos](#)

Busco empleo de...

comercial, agente, promotor...

en la provincia de...

(todas las provincias)

y el sector...

(todas las categorías)



VOLVER

TAMAÑO DE LA LETRA  

## Marketing en el punto de venta: 100 ideas clave para vender más

 POR [sercomercial](#), 15 / 11 / 2012, 13:43


**sercomercial** ¿Qué hacen los que más venden? Sin duda son muchos los factores que determinan el éxito para vender más en el comercio minorista. Con el propósito de definir, analizar y valorar los factores que contribuyen a aumentar las ventas, esta obra pone de manifiesto los cien parámetros que constituyen las ideas clave, donde se generan las estrategias en las que se basan las empresas de retail de éxito, para vender más, siendo más rentables y competitivas.

Madrid, noviembre de 2012. historia, motivado por factores de carácter económico tecnológico y social. La aparición de nuevas tecnologías han impulsado nuevas formas comerciales a

través del comercio online y otras fórmulas interactivas de comunicación desarrolladas mediante técnicas de inbound marketing, dando lugar a un nuevo paradigma, sin olvidar que el consumidor impone cada vez más, nuevas y complejas formas para poder llegar a venderle, más allá de satisfacer sus necesidades y deseos, tratando de emocionarle mediante experiencias agradables en el punto de venta que susciten a los cinco sentidos para lograr sensaciones memorables.

Esta obra supone en sí misma, un documento de análisis y valoración basado en la gestión estratégica del punto de venta y visual merchandising, para poder detectar e identificar los puntos críticos o desfavorables tratando de mejorar su posición competitiva, así como potenciar ciertas áreas o posiciones favorables y óptimas para aumentar la eficacia, mediante la elaboración y consecución de un plan de acción estratégico, que se irá generando como resultado del análisis y la valoración de los cien factores clave, en los que se basa el contenido de esta obra.

Ricardo Palomares Borja desarrolla su carrera profesional como docente en diversas universidades y experto consultor de la empresa MRS [Marketing Retail Solutions, S.L.] consultora especializada en proyectos de Retail Marketing en Europa, Latinoamérica y EE.UU. Desde el año 2010 dirige la organización Audit Retail Marketing International, formada por profesionales creadores y divulgadores del conocimiento sobre el marketing aplicado al punto de venta, para potenciar la mejora continua y promover la excelencia en las empresas retail.

**Depósito NARANJA**

Depósito NARANJA a 4 meses.

**3,30%** T.A.E.\*

Para nuevos clientes.

---

**SIN COMISIONES**

---

**CON TOTAL DISPONIBILIDAD**

+ info

**ING DIRECT**  
Fresh Banking

ENVIAR A UN AMIGO 

COMPARTIR     

---

(0) COMENTARIOS

**ENVÍE SU COMENTARIO**

SU NOMBRE:

SU EMAIL:

SU COMENTARIO:

ENVIAR 