

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing y Ventas

OBJETIVOS

- » Presentar los diferentes tipos de compra por parte de los consumidores y su incidencia en el punto de venta.
- » Conocer el concepto de Merchandising y como influye en las ventas y en la rentabilidad del punto de venta.
- » Comprender cual es la importancia e impacto comercial que tiene actualmente una presentación efectiva de Visual Merchandising.
- » Definir las herramientas que definen la importancia de los nuevos conceptos utilizados en la relación estímulo/respuesta por el Visual Merchandising.
- » Analizar la incidencia del Visual Merchandising en el punto de venta tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

PROGRAMA - FASES

- » ¿Cómo compra el cliente en el punto de venta?
- » ¿Incidencia del merchandising en las ventas y rentabilidad del punto de venta?
- » Fundamentos de visual merchandising.
- » Herramientas de visual merchandising.
- » Incidencia del visual merchandising en el punto de venta.
- » Decálogo de aplicación en el punto de venta de visual merchandising.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a profesionales y directivos de los departamentos de Marketing y Ventas de empresas fabricantes y distribuidoras, y a profesionales que necesiten conocer con más precisión las herramientas de animación del punto de venta.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*