FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Marketing en el punto de venta
Duración: 25h
Modalidad: Online

Objetivo

- Analizar la información de los clientes y bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (sistemas de información de mercados) para la definición de distintos tipos de acciones en el lanzamiento e implantación de distintos tipos de productos y servicios Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimiento: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial.

Contenido

1. Concepto de marketing en el punto de venta.

2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta.

3. Análisis del punto de venta.

4. Gestión de surtido.

5. Animación del punto de venta