



# Merchandising y terminal punto de venta

**Sku:** 0175\_V2

**Horas:** 50

## OBJETIVOS

Proporcionar a los participantes formación de especialización de nivel superior en materias que capacitan para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de gestión para organizar la implantación de las técnicas de merchandising en los puestos de trabajo, Dar a conocer al alumno el significado y el conjunto de técnicas de merchandising para su implantación en el establecimiento, Aclarar conceptos básicos relacionados con la distribución y los intermediarios.

## CONTENIDOS

### **Tema 1. El comercio.**

- 1.1. Introducción
- 1.2. La distribución
- 1.3. Los intermediarios

### **Tema 2. La orientación y localización del negocio.**

- 2.1. La orientación hacia el cliente
- 2.2. Definición del negocio y segmentación del mercado
- 2.3. La combinación del marketing
- 2.4. La imagen de la tienda
- 2.5. La localización del establecimiento

### **Tema 3. El Merchandising.**

- 3.1. El merchandising
- 3.2. El merchandising para el fabricante y para el detallista
- 3.3. La implantación del establecimiento
- 3.4. Estudio del lineal
- 3.5. La disposición del establecimiento
- 3.6. El exterior de la tienda

### **Tema 4. Publicidad y promoción en el punto de venta.**

- 4.1. La publicidad. Concepto
- 4.2. Decisiones a tomar
- 4.3. Objetivos
- 4.4. Presupuestos
- 4.5. Los medios usados en publicidad
- 4.6. El mensaje publicitario
- 4.7. La promoción en el punto de venta

#### 4.8. Técnicas de promoción de ventas

### **Tema 5. Atención al cliente.**

- 5.1. Introducción
- 5.2. La atención al cliente es una labor personal
- 5.3. Empatía e identificación
- 5.4. Sustituir rutinas por actitudes significativas
- 5.5. El conocimiento de los productos
- 5.6. El cliente
- 5.7. Seguimiento del cliente
- 5.8. Conocimiento del cliente
- 5.9. Tratamiento personal del cliente
- 5.10. Objeciones. incidencias y reclamaciones de los clientes
- 5.11 El teléfono

### **Tema 6. El servicio al cliente.**

- 6.1. Concepto e importancia del servicio al cliente
- 6.2. Factores que influyen en los servicios que ofrecemos
- 6.3. Tipos de servicios a clientes

### **Tema 7. Gestión de compras.**

- 7.1. Las compras
- 7.2. El surtido de productos
- 7.3. Selección de proveedores
- 7.4. Gestión de stocks o de existencias
- 7.5. La gestión del almacén

### **Tema 8. El control de caja.**

- 8.1. Las cajas registradoras
- 8.2. Códigos de barra
- 8.3. Los terminales de punto de venta (TPV) ANEXO