(MF0503_3) Promociones En Espacios Comerciales

Sku: PD244

Horas: 70

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivos Generales

- Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales.
- Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.
- Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.

Objetivos Específicos

- Conocer las distintas vías publicitarias.
- Distinguir entre los distintos tipos de promociones.
- Describir las distintas técnicas de promoción del punto de venta.
- Conocer las diversas técnicas empleadas en la promoción dirigida a la persona consumidora.
- Saber emplear las técnicas empleadas en la promoción dirigida a la clientela.
- Conocer y aplicar las distintas técnicas empleadas para la animación del punto de venta teniendo en cuenta las zonas frías y calientes del establecimiento.
- Identificar la relación existente entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.
- Reconocer las técnicas desarrolladas en colaboración entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.
- Conocer e identificar los distintos tipos de elementos publicitarios que se pueden utilizar en el punto de venta.
- Conocer las distintas técnicas de rotulación.
- Examinar las distintas tipografías, formas, líneas, figuras geométricas, colores, tonos, que se utilizan en rotulación.
- Conocer los distintos tipos de mensajes promocionales.
- Reconocer los distintos criterios de control de las acciones promocionales.
- Calcular e identificar los índices y ratios de rotación del lineal.
- Calcular e identificar el margen bruto que puede dejar los productos.
- Calcular e identificar los índices de la tasa de marca de los productos.

- Calcular e identificar los índices de rentabilidad de los productos en el punto de venta.
- Analizar los datos obtenidos de los diversos cálculos dentro del punto de venta.
- Utilizar y aplicar las medidas correctoras necesarias en el punto de venta.
- Conocer y establecer acciones promocionales Online.

CONTENIDOS

Unidad 1: Promoción. merchandising y animación en el punto de venta (parte 1)

- Comunicación comercial
- Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
- La promoción del fabricante y del establecimiento
- Formas de promoción dirigidas al consumidor
- Selección de acciones
- Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
- Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos o tareas

Unidad 2: Promoción. merchandising y animación en el punto de venta (parte 2)

- Definición y alcance del merchandising
- Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
- Técnicas de rotulación y serigrafía
- Mensajes promocionales
- Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Unidad 3: Promociones en espacios comerciales

- Criterios de control de las acciones promocionales
- Cálculo de índices y ratios económico ? financieros
- Análisis de resultados
- Análisis de medidas correctoras en el punto de venta y uso de hojas de cálculo
- Acciones promocionales online
- Herramientas de promoción online. sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
- Páginas web comerciales e informales. elementos de la tienda y/o espacio virtual y elementos de la promoción online