



(UF0034) Animación Y Presentación Del Producto En El Punto De Venta

Sku: PD250

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivos Generales

- Aplicar procedimientos de organización e implantación en el punto de venta físico en función de unos criterios comerciales previamente definidos.
- Confeccionar informes derivados de la actuación en la venta, de acuerdo con objetivos definidos.
- Aplicar las técnicas de empaquetado y embalado siguiendo criterios definidos.

Objetivos Específicos

- Conocer los criterios para la implantación de productos en la Empresa.
- Estudio del comportamiento de la clientela en el punto de venta, teniendo en cuenta la tendencia del cliente o la clienta cuando circula dentro del establecimiento comercial. Atendiendo a dicho comportamiento conocer la estructura para el diseño de las entradas y salidas del establecimiento.
- Estudio de la composición del espacio comercial, estructurándolo en pasillos, secciones y escaparates.
- Gestionar el lineal de un establecimiento comercial mediante la determinación del surtido, las promociones y productos gancho.
- Calcular el índice de rotación de productos dentro del lineal.
- Facings necesario en un establecimiento comercial.
- Como distribuir las familias de artículos dentro del lineal.
- Conocer las normas de Seguridad e Higiene de un establecimiento comercial.
- Importancia del orden y limpieza en el punto de venta.
- Estudiar todos aquellos factores básicos que intervienen en la animación del punto de venta.
- Conocer los distintos tipos de mobiliario que podemos utilizar para un establecimiento comercial.
- Ser capaz de convertir las zonas frías en puntos calientes, a través de las técnicas de calentamiento de las mismas.

- Conocer los distintos elementos con los que podemos contar para realizar publicidad en el punto de venta.
- Descubrir los tipos de carteles así como sus funciones.
- Estudiar las máquinas expendedoras: Vending.
- Conocer cómo colocar los productos dentro del lineal.
- Conocer los distintos embases y embalajes de empaquetado comercial.
- Ser capaz de distinguir las distintas formas de empaquetado existentes en el mercado actual.
- Realizar el empaquetado correcto dependiendo de la forma de los productos a envolver.
- Utilización de los distintos elementos existentes para el empaquetado.
- Colocar los adornos necesarios atendiendo a las distintas campañas comerciales de la Empresa.
- Conocer los motivos por los que se realizan informes comerciales de venta y la importancia de los mismos.
- Poder elaborar los informes comerciales más habituales en el entorno comercial.
- Elaboración de informes comerciales atendiendo a circunstancias, tales como: el surtido, la demanda y la clientela.
- Elaboración de gráficos para una mayor visualización de los informes.

CONTENIDOS

•Unidad 1: Organización del punto de venta

- Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales
- Criterios de implantación del producto
- Comportamiento de la clientela en el punto de venta
- Espacio comercial
- Determinación del surtido en la gestión del lineal
- Distribución de familias de artículos en el lineal
- Orden y limpieza en el punto de venta

Unidad 2: Animación básica en el punto de venta

- Animación en el punto de venta
- Equipo y mobiliario comercial básico
- Presencia visual de los productos en el lineal
- Publicidad y promoción en el lugar de la venta. Cartelística
- Calentamiento de zonas frías en el punto de venta
- Máquinas expendedoras: vending

Unidad 3: Presentación y empaquetado de productos. Informes comerciales sobre la venta

- Empaquetado comercial
- Técnicas de empaquetado/envasado y materiales de empaquetado
- Utilización de materiales para el empaquetado

- Los informes comerciales: concepto. finalidad y estructura