



COMM0026 Planificación de la venta en tienda

Sku: PC801

Horas: 12

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Planificar, de manera estratégica, el espacio de venta de una tienda para conseguir una mayor rentabilidad y aumentar las ventas.

CONTENIDOS

Unidad 1: Planificación de la venta en tienda

- Bienvenido al curso Planificación de la venta en tienda. Aquí vas a aprender a hacer que tu espacio hable claro: que oriente, inspire y facilite la compra sin fricciones.
- Recorreremos conceptos clave como el viaje del cliente, señalización y localización, gestión del espacio por ventas y rotación, diseño interior, atmósfera sensorial y merchandising estratégico. Todo con ideas simples, ejemplos prácticos y micropruebas para aplicar esta misma semana.
 - Psicología del cliente: cómo observa y recorre la tienda
- En esta lección aprenderás a mirar tu tienda con los ojos del cliente: desde la primera impresión al cruzar la puerta, hasta cómo se detiene, compara y decide. Convertiremos principios de psicología aplicada al punto de venta en decisiones visibles: zona de descompresión, patrones de recorrido, puntos de pausa, zonas

calientes y frías, señalización que se lee sin pensar y métricas sencillas que te permiten ajustar con criterio.

- Trabajaremos con ejemplos y microexperimentos fáciles de ejecutar, para que puedas bajar la carga mental del visitante, guiar su atención de forma ética y diseñar un recorrido claro que aumente permanencia, interacción y conversión. La meta: una tienda que se lee sola, fluye y vende con intención.

- Señalización y localización del producto

- En esta lección aprenderás a diseñar una tienda que se lee sola: un sistema de señalización claro y coherente que guía el recorrido, y una localización del producto que hace que decidir frente al estante sea fácil y rápido. Verás qué tipos de señales usar, cómo escribirlas, cómo jerarquizar la información (macro–meso–micro–detalle) y cómo traducir tu estrategia comercial a un planograma que tu equipo pueda ejecutar y mantener.
- Además, integrarás mediciones sencillas para ajustar con criterio (tiempo de localización, preguntas repetidas, conversión por zona, UPT local) y revisarás casos y microexperimentos para aplicar desde esta semana. El objetivo: menos ruido, más historias y decisiones que fluyen.

- Gestión del espacio por ventas y rotación

- Aprende a convertir datos en centímetros: cómo decidir qué categorías ganan o ceden espacio, cómo calcular capacidad visible y Días de Surtido (DOS) para evitar quiebres, y cómo integrar ventas, rotación y margen en un plan de macro y microespacio que haga que cada metro cuente. Verás un método paso a paso, fórmulas prácticas, ejemplos guiados, errores frecuentes y microexperimentos para medir impacto sin equipos caros.
- Al finalizar, podrás trazar un mini piloto de 7 días para reasignar lineal y frentes con intención, elevar la disponibilidad en estante (OSA) y mejorar Ventas/m², GMROF/GMROS y UPT local. Todo con claridad operativa y sin perder de vista el flujo del cliente dentro de la tienda.

- Diseño interior: estructura, circulación y mobiliario

- En esta lección convertirás el diseño interior de tienda en un guion claro y accionable. Alinearás estructura, circulación y mobiliario con tu promesa de marca y con las misiones reales de tus clientes para que la tienda se lea sola, fluya sin fricciones y venda con intención.
- Trabajaremos desde el plano hasta el estante: zonificación por roles, layouts frecuentes, vistas largas, rutas y atajos, puntos de pausa, accesibilidad, taxonomía de muebles, ajustes finos (alturas, inclinación, iluminación, frentes), seguridad, un método en 10 pasos y casos prácticos. Saldrás con criterios, plantillas y micropruebas para implementar esta misma semana.
 - Experiencia del cliente y atmósfera sensorial
- Una tienda no solo se ve: se escucha, se huele, se toca y, a veces, se saborea. En esta lección transformarás la idea de “ambiente” en un sistema práctico para diseñar momentos memorables que incrementen la permanencia, la interacción y la conversión, sin perder coherencia con tu marca ni saturar al cliente.
- Aprenderás a orquestar los cinco sentidos (luz, sonido, aroma, tacto y gusto), a diseñar los cuatro momentos clave del recorrido (bienvenida, descubrimiento, prueba y cierre), a medir el impacto con indicadores simples y a aplicar microexperimentos de bajo coste que generan resultados visibles.
 - Merchandising estratégico: agrupación y planogramas
- Convierte el estante en una historia visible que guía al cliente a decidir en segundos. En esta lección aprenderás a elegir la lógica de agrupación correcta (uso, misión, desempeño, marca o precio), a construir planogramas claros con frentes, alturas y DOS, y a medir qué funciona con indicadores simples como ventas por facing, UPT local y quiebres.
- Trabajaremos con ejemplos por categoría, microexperimentos A/B y plantillas listas para usar. El objetivo: pasar del me parece al me consta, sostener la claridad cada día y hacer que cada centímetro del lineal cuente.
 - Merchandising estratégico: ubicación y espacios estimulantes
- En esta lección vas a convertir el plano de tu tienda en un mapa de decisiones. Aprenderás a elegir ubicaciones estratégicas (entrada, zona diana, pasillos, cabeceras, pared de fondo, mesas héroe y caja) y a transformarlas en espacios estimulantes que detienen sin bloquear, orientan sin saturar y convierten miradas en acciones concretas.

- Uniremos psicología del recorrido, señalización, planogramas y gestión del espacio para diseñar microhistorias con 3–5 productos, precios guía visibles, alturas inteligentes (ojos/manos/bajo), luz de acento sin deslumbrar y pruebas cuando corresponde. Cerrarás con un método operativo de rotación y métricas simples (permanencia, interacciones, conversión de zona, UPT local y quiebres) para aprender semana a semana.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección pondrás en práctica, con libertad y creatividad, los principios de planificación de la venta en tienda. Convertirás observaciones y datos sencillos en decisiones visibles que ordenan, guían y venden.
- Resolverás tres retos: reasignar espacio con criterio comercial, diseñar una microexperiencia sensorial que convierta y explicar a tu equipo cómo agrupar y planogramar una subcategoría. Todo con hipótesis claras y métricas simples.

- Role playing y estado de avance

- Repasa los conceptos clave de la unidad y comprueba, con una simulación guiada, cómo convertirlos en acciones concretas en tu tienda. Este repaso combina tarjetas de memoria con un role play práctico para diseñar un mini plan de 7 días.
- El objetivo es reforzar tu criterio sobre recorrido del cliente, señalización y localización, gestión del espacio por ventas y rotación, diseño interior, atmósfera sensorial y merchandising estratégico. Terminarás con un plan accionable y métricas simples para evaluar su impacto.

Unidad 2: Evaluación final

- Esta evaluación final verifica tu dominio práctico sobre planificación de la venta en tienda: recorrido del cliente, señalización y localización, gestión del espacio por ventas y rotación, diseño interior, atmósfera sensorial y merchandising estratégico.

- Resolverás preguntas de opción múltiple y un ejercicio escrito breve. Lee con atención, aplica los criterios de la unidad y toma decisiones basadas en claridad, relevancia y bajo esfuerzo para el cliente.