



## **MF0502\_3: Implantación de productos y servicios.**

**Sku:** PA\_MF0502\_3

**Horas:** 70

**Formato:** HTML

### **OBJETIVOS**

- Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.

### **CONTENIDOS**

- **Unidad 1. Gestión de productos y surtido en el punto de venta.**
  - Clasificación de los productos en el punto de venta:
    - El surtido.
    - Familias y gamas.
    - Categorías.
  - Identificación del producto:
    - Características: técnicas, comerciales y psicológicas
    - Marcas y logos.
  - Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas.
  - Acondicionamiento del producto:
    - Condiciones de conservación.
    - Envoltorios y embalaje.
    - Interpretación de códigos de productos y pictogramas.
  - Trazabilidad del producto en el punto de venta.
    - Concepto y necesidad.
  - El surtido en el punto de venta:
    - Composición y caracterización.
    - Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
  - Métodos de determinación del surtido:
    - Especialización y exclusividad.
    - Surtido extensivo.
    - Surtido estructurado: Productos líderes, de reclamo, de marca, productos permanentes y estacionarios.

- Elección de las referencias:
  - Determinación del número mínimo, máximo y normal de referencias.
  - Umbral de supresión de referencias.
- Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido.
- **Unidad 2. Organización del lineal.**
  - El lineal:
    - Definición.
    - Funciones.
    - Zonas.
    - Niveles.
    - Frontales
    - Facings.
  - Reparto del lineal.
    - Colocación de productos en el lineal.
    - Altura de los lineales y comportamiento de compra.
  - Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.
    - Dimensión del lineal.
    - Colocación del producto: criterios comerciales y de organización.
    - Colocación horizontal y vertical.
    - Aplicaciones para la optimización del espacio del lineal. El planograma.
  - Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.
  - Reglas de implantación:
    - Rotación de los productos.
    - Lanzamiento de productos.
  - Organización del trabajo: Determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.
  - Sistemas de reposición de lineales.
  - Normativa aplicable a la implantación de productos.
  - Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.
- **Unidad 3. Control de la implantación de productos.**
  - Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos.
  - Parámetros de gestión de categorías:
    - Margen bruto,
    - Cifra de facturación,
    - Beneficio bruto,
    - Índice de circulación,
    - Índice de atracción,
    - Índice de compra,
    - Tasa de marca,
    - Precio de venta,
    - Ratio de productividad del lineal,
    - Coeficiente de rotación,
    - Ratio de rotación de stock,
    - Ratio de rentabilidad del stock,
    - Índice de rentabilidad del lineal,

- Ratio de beneficio del lineal,
- Índice de rentabilidad del lineal desarrollado,
- Rendimiento del lineal.
- Cálculo de ratios económico
- financieros.
- Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos.
- Introducción de medidas correctoras:
  - Supresión e introducción de referencias.
- Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos.