



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.