



Marketing en el punto de venta

Sku: CT2729

Horas: 24

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Concepto de marketing en el punto de venta

- 1.1. Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta
- 1.2. Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones

2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta

- 2.1. Análisis del consumidor en el punto de venta

3. Análisis del punto de venta

- 3.1. Superficie de venta: espacio y lineales
- 3.2. Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta

4. Gestión de surtido

- 4.1. Conceptos de surtido
- 4.2. Amplitud y profundidad del surtido
- 4.3. Planogramas

5. Animación del punto de venta

- 5.1. Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles
- 5.2. El escaparate