



Activación de un punto de venta

El diseño, organización y dinamización del punto de venta influyen directamente en la experiencia de compra y en los resultados comerciales. Este curso enseña a aprovechar el espacio y aplicar diferentes palancas para atraer al cliente y favorecer las ventas.

Código Acción: COMM0069

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Logística comercial y gestión del transporte

Duración: 30 horas

Módulos: 3

Modalidad: Presencial / Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de comercio, responsables de tienda, dependientes, promotores, personal de merchandising y trabajadores relacionados con la gestión y dinamización de establecimientos.

¿Qué mejora aporta este curso?

Ayuda a crear puntos de venta más atractivos y eficaces, aprovechar mejor el espacio disponible y utilizar técnicas de presentación, promoción y fidelización adaptadas al comportamiento del consumidor.

Necesidades de formación que cubre:

Permite conocer los diferentes canales y formatos comerciales, organizar eficazmente el espacio, mejorar la exposición de productos y diseñar acciones promocionales orientadas a incrementar las ventas.

Objetivos:

- Diferenciar canales de distribución y tipos de retailers.
- Comprender el comportamiento del consumidor.
- Organizar correctamente el punto de venta.
- Mejorar la presentación y rotación de productos.
- Diseñar promociones eficaces.
- Aplicar acciones de fidelización.

Contenidos:

Módulo 1. Canales de distribución, retailers y consumo en punto de venta — 10 h

- Canales directos e indirectos.
- Funciones de la distribución.
- Tipologías de retailers.
- Comportamiento de consumo.
- Precio, promociones y experiencia de compra.
- Sostenibilidad.

Módulo 2. El punto de venta: gestión y animación — 10 h

- Diseño y distribución del espacio.
- Colocación y accesibilidad de productos.
- Señalización e iluminación.
- Exhibición y rotación.
- Gestión de inventarios.
- Técnicas de animación.
- Promociones y ofertas.

Módulo 3. Palancas de activación comercial en los puntos de venta — 10 h

- Gestión del surtido.
- Adaptación al público objetivo.
- Precios competitivos.
- Promociones.
- Exhibición y demostración.
- Experiencias interactivas.
- Atención personalizada.
- Fidelización.