DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA EN EL PEQUEÑO COMERCIO

SKU: EVOL-3166-VNO-A | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Comercio y Marketing

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 50

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio

Objetivos

- Determinar los recursos y elementos de animación y decorativos habituales en pequeños comercios aplicando criterios de comportamiento del consumidor en el punto de venta.
- Aplicar técnicas de distribución interna de la superficie de venta enbase a criterios comerciales incluyendo la seguridad y accesibilidad, optimizando la superficie disponible y cumpliendo la normativa comercial y de seguridad en establecimientos comerciales.
- Organizar la exposición de distintos tipos de productos, en pequeños comercios, aplicando criterios de rentabilidad de la superficie, de seguridad y en base al lineal disponible.
- Establecer acciones promocionales en el punto de venta de pequeños comercios a partir de las características de distintos tipos de productos ofertados, analizando el impacto y eficacia comercial a través de ratios u otros instrumentos de medida.
- Elaborar carteles y folletos publi-promocionales para incentivar las ventas y fidelizar a clientes de pequeño comercio, utilizando materiales y aplicaciones ofimáticas específicas a nivel usuario.

Contenidos

UD1. Psicología de la venta en el Pequeño Comercio.

1.1. Comportamiento del cliente en el Punto de Venta.

1.2. Circulación interna del cliente.

1.3. Zonas frías y calientes.

UD2. Organización interior del punto de venta de Pequeños Comercios.

2.1. Distribución funcional del punto de venta.

2.2. Elementos de Merchandising.

2.3. Diseño de interiores básico.

2.4. Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta.

UD3. Distribución de productos en el Pequeño Comercio.

3.1. El surtido.

3.2. Clasificación de los productos.

3.3. Características de los productos.

3.4. Identificación de los productos.

3.5. Implantación en el lineal y exposición de los productos.

UD4. Acciones promocionales en el Punto de Venta.

4.1. Normativa comercial promocional.

4.2. Técnicas de promoción para incentivar y Fidelizar Clientes.

4.3. Elementos y soportes promocionales.

4.4. Presupuestos y medios disponibles.

UD5. Señalética y cartelística comercial.

5.1. Identidad: logotipo y marca.

5.2. Publicidad comercial.

5.2. 1. Tipos.

5.3. Rótulos y letreros.

5.4. Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles.

5.5. Aplicaciones informáticas gráficas y de edición.

El curso Psicología de Ventas en Pequeños Establecimientos Comerciales está diseñado para propietarios, gerentes y empleados de pequeños comercios que desean mejorar sus habilidades de venta entendiendo el comportamiento del cliente. A través de este curso, aprenderás a aplicar principios psicológicos para captar la atención del consumidor, generar confianza y fidelidad, y, en última instancia, aumentar las ventas.

El curso abarca técnicas para reconocer las necesidades implícitas de los clientes, crear una experiencia de compra positiva, y gestionar objeciones de manera efectiva. También descubrirás cómo el diseño del espacio, el lenguaje corporal y las estrategias de persuasión influyen directamente en las decisiones de compra. Todo ello con ejemplos prácticos y situaciones reales que reflejan el día a día de un pequeño negocio.

Además, explorarás cómo manejar las emociones del cliente, desde el entusiasmo hasta la indecisión, logrando crear una experiencia personalizada que se traduzca en relaciones duraderas y ventas constantes.

Tal vez te interese este curso: PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

O quizá este otro: Técnico Profesional en Psicología Social

Síguenos en: Instagram