MARKETING Y PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTAUF2394

SKU: EVOL-3291-iNO-B | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	60
Créditos ECTS	0
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Marketing y Promoción en el Punto de Venta

Objetivos

En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la gestión de marketing y comunicación, dentro del área profesional del marketing y relaciones públicas. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para la aplicación de metodologías de trabajo en la Marketing y promoción en el punto de venta.

Contenidos

UNIDAD FORMATIVA 1. MARKETING Y PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Concepto de marketing en el punto de venta:
2. - Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
3. - Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
4. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
5. - Análisis del consumidor en el punto de venta.
6. Análisis del punto de venta:
7. - Superficie de venta: espacio y lineales.
8. - Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
9. Gestión del surtido:
10. - Conceptos de surtido.
11. - Amplitud y profundidad del surtido.
12. - Planogramas.

13. Animación del punto de venta:
14. - Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
15. - El escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING PROMOCIONAL.

1. Concepto y fines de la promoción:
2. - Instrumentos de la promoción.
3. - Objetivos de las acciones promocionales.
4. - Tipos de promociones.
5. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.
6. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
7. - Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
8. Promociones especiales.
9. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
10. Acciones de marketing directo:
11. - Posibilidades y características.
12. - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
13. - Legislación sobre protección de datos.
14. Acciones de promoción «on line»:
15. - Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
16. - Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES.

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
2. - Concepto de eficacia y eficiencia.
3. - Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
4. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
5. - margen bruto.
6. - tasa de marca.
7. - stock medio.
8. - rotación de stock.
9. - rentabilidad bruta.
10. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
11. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
12. - Cronograma de la promoción e implantación de productos.
13. Informes de seguimiento de promociones comerciales:
14. - Resultados.
15. - Medidas correctoras de las desviaciones.

El curso de promoción y marketing online es un programa educativo diseñado para proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar estrategias efectivas de marketing y promoción en el punto de venta. Durante el curso, los participantes aprenderán sobre las técnicas y herramientas clave para atraer a los clientes, aumentar las ventas y mejorar la experiencia de compra en entorno minorista.

El curso incluye temas como la importancia del merchandising, la distribución del espacio en el punto de venta, la presentación visual de los productos, la comunicación con el cliente, los gestos de promociones y descuentos, entre otros. Los participantes también aprenden sobre las tendencias de marketing actuales y el punto de vista y se adaptan unos a otros para maximizar los resultados.

Además, se explorarán estrategias para medir el impacto de las marketing y promoción en el punto de venta, así como para acciones paralizar la competencia e identificar oportunidades de mejora. Los participantes también recibirán orientación sobre cómo utilizar herramientas tecnológicas y digitales para potencializar sus estrategias de marketing electrónico en el punto de venta.

Al finalizar el curso, los participantes estarán preparados para dominar e implementar estrategias efectivas de marketing y promoción en el punto de venta, con el objetivo de aumentar las ventas, fidelizar a los clientes y aumentar la rentabilidad de la transacción. ¡No existe la oportunidad de convertirte en un experto en marketing y promoción en el Punto de Venta con este completo curso online!

Tal vez te interese este curso: Organización del punto de venta orientado al cliente

O quizá este otro: Técnicas de venta

Síguenos en: Instagram