ORGANIZACIÓN DEL LINEAL EN EL PUNTO DE VENTA

SKU: EVOL-2943-VNO-B | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	20
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.
- Identificar y explicar los niveles de exposición en el lineal con distinto potencial de venta.

Contenidos

1. El lineal.

2. Reparto del lineal.

3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.

4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.

5. Reglas de implantación.

    5.1. Rotación de los productos.
    5.2. Lanzamiento de productos.

6. Organización del trabajo: determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.

7. Sistemas de reposición de lineales.

8. Normativa aplicable a la implantación de productos.

9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.