

Dinamización del punto de venta del pequeño comercio

Código: 7677

➤ **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 en base 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 la 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 de usuario.

➤ **Contenidos:**

Psicología de la venta en el pequeño comercio

Introducción.
Comportamiento del cliente en el punto de venta.
Circulación interna del cliente.
Zonas frías y calientes.
Otros recursos.
Resumen.

Organización interior del punto de venta de pequeños comercios

Introducción.
Distribución funcional del punto de venta.
Elementos de merchandising.
Diseño de interiores básico.
Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta.
Resumen.

Distribución de productos en el pequeño comercio

Introducción.
El surtido.
Clasificación de los productos.
Características de los productos.
Identificación de los productos.
Implantación en el lineal y exposición de los productos.
Resumen.

Acciones promocionales en el punto de venta

Introducción.
Normativa comercial promocional.
Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes.
Elementos y soportes promocionales.
Presupuestos y medios disponibles.
Resumen.

Señalética y cartelística comercial

Introducción.
Identidad: logotipo y marca.
Publicidad comercial.
Rótulos y letreros.
Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles.
Aplicaciones informáticas gráficas y de edición.
Resumen.