



IMECAF México, S.C.
Instituto Mexicano de Contabilidad,
Administración y Finanzas

Nombre del Curso

CURSO VISUAL MERCHANDISING

Objetivo

El objetivo del **Curso Visual Merchandising** es dar a conocer a los participantes los diversos elementos visuales, publicitarios y promocionales que impactan en el punto de venta, en el consumidor final y en su proceso de decisión de compra, desde la exhibición del producto, la promoción, la publicidad, el precio, el layout, y otros elementos que favorecen la venta de productos y servicios en el punto de venta

Beneficios

Los beneficios de este **Curso de Visual Merchandising** son:

- Conocer la importancia de esta técnica y comprender los aspectos básicos del Layout de una tienda, la exhibición de mercancías y el manejo promocional en el punto de venta
- El POP (Publicidad en el Punto de Venta) y su mejor utilización en el punto de venta
- La promoción de ventas y su importancia para incrementar ventas y rotación de los productos
- El precio y su manejo psicológico para impactar al cliente.
- Poder asesorar de manera practica a sus clientes en el manejo de los apoyos promocionales en el punto de venta de sus tiendas

Dirigido A

El **Curso Visual Merchandising** va dirigido a:

- Gerentes y/o encargados de tienda
- Directores y/o gerentes comerciales
- Compradores
- Todo aquel que tenga la responsabilidad de una tienda

Temario

Temario del Curso de Visual Merchandising

I. **Tendencias actuales en el comercio detallista y cambios en el ciclo comercial**

II.

La importancia del punto de venta y tendencias del consumidor en la actualidad

III.

Las zonas de influencia en el punto de venta

- Zonas primaria y secundaria de influencia
- La importancia de vincular el punto de venta con el segmento
- Información básica del mercado que compra en el punto de venta
- Perfil básico

¿Que es el merchandising? y su importancia en el ciclo comercial

Comportamiento del cliente en el punto de venta

- Hábitos de compra
- Temporalidad
- Afluencia y frecuencia de compra

Motivos del cliente en la decisión de compra

- Racionales
- Emocionales y por impulso

Tienda tradicional y los nuevos puntos de venta

Factores que ponderan mas los clientes de un punto de venta

La estrategia de Micromercado y su enfoque en la actualidad

Mezcla del merchandising

El layout o disposición del área comercial de una tienda

- Entradas y salidas
- Flujo del cliente
- Zonas de atracción
- Zonas de mayor impacto

- **Líneas de productos**

- a) Amplitud
- b) Profundidad
- c) Complementariedad

- **La exhibición del producto**

- Formas
- Vertical
- Horizontal
- Diagonal
- Colores
- Tamaños
- Marcas, Nuevos productos, Marcas líderes, etc.

- **Los niveles de mayor impacto en la compra**

- Altura de las manos
- Altura de los ojos
- Arriba
- Abajo

- **Material publicitario en el punto de venta (POP) y su manejo**

- **El precio y su manejo**

- **La promoción de ventas en el punto de venta**

- **Otros aspectos relacionados con el Merchandising**

- Nuevos esquemas de medición de la rentabilidad comercial de un punto de venta

Fechas
Del 06-Julio-2019 Al 20-Julio-2019, Sábado de 8 a 13:30 hrs.
Duración
16 HRS.

Inversión

\$5,650.00 M. N. más IVA

© 2019 IMECAF México, S.C. Todos los derechos reservados.

Email: info@imecaf.com

Teléfono: (+52)(55) 1085 1515

Url: www.imecaf.com

Arquímedes 130 Despacho 205 Col. Polanco
México, Distrito Federal 11570