



Marketing en el punto de venta



Área: MARKETING Y VENTAS

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Este curso aborda desde una perspectiva muy actual y pegada a la práctica, las cuestiones más relevantes del Merchandising. A través del desarrollo equilibrado y secuencial de los diferentes tipos de contenidos incluidos, se adquirirán conocimientos y destrezas que le permitirán planificar, dirigir y ejecutar acciones de merchandising en cualquier tipo de establecimiento comercial, utilizando las más modernas herramientas desarrolladas por la informática y la aplicación del trade marketing.

Como complemento se incluye un programa formativo general sobre atención al cliente que nos recuerda que: "el cliente es lo más importante". Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero "del dicho al hecho..." ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones...Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado

CONTENIDOS

Marketing en el punto de venta: Prólogo 1. Merchandising 2. Comportamiento del consumidor 3. Surtido 4. El lineal 5. Implantación del producto en el lineal 6. Publicidad en el punto de venta 7. Promoción de ventas 8. Promoción visual 9. Escaparatismo 10. Control de acción de merchandising 11. Seguridad e higiene en el punto de venta 12. El merchandising del fabricante.

Atención al cliente: 1 Qué significa Servicio al Cliente 2 Tipos de clientes 3 Tipos de servicios 4 Fases del servicio al cliente 5 Fallos en la atención al cliente 6 Cara a cara. Servir con una sonrisa 7 Cara a cara. El cliente difícil 8 La carta