MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

SKU: CT2729

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. Concepto de marketing en el punto de venta
1.1. Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta
1.2. Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones
2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta
2.1. Análisis del consumidor en el punto de venta
3. Análisis del punto de venta
3.1. Superficie de venta: espacio y lineales
3.2. Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta
4. Gestión de surtido
4.1. Conceptos de surtido
4.2. Amplitud y profundidad del surtido
4.3. Planogramas
5. Animación del punto de venta
5.1. Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles
5.2. El escaparate