

Marketing & Promoción en el Punto de Venta



El objetivo general del curso es Asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y eventos, de planes de marketing y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento al plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Titulación

Al finalizar su especialidad formativa, obtendrá un Diploma Oficial.



DURACIÓN

60 horas



MODALIDAD

Online



PRECIO

Gratis



TITULACIÓN

Diploma Oficial



Requisitos

La actividad formativa subvencionada irá dirigida exclusivamente a personas trabajadoras desempleadas no ocupadas, inscritas en el Servicio Andaluz de Empleo



Programa

1. Marketing en el punto de venta.

- Concepto de marketing en el punto de venta:
 - Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
 - Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
- Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
 - Análisis del consumidor en el punto de venta
- Análisis del punto de venta
 - Superficie de venta: espacio y lineales.
 - Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
- Gestión del surtido
 - Conceptos de surtido
 - Amplitud y profundidad del surtido
 - Planogramas

2. Marketing promocional.

- Concepto y fines de la promoción:
 - Instrumentos de la promoción.
 - Objetivos de las acciones promociones.
 - Tipos de promociones.
- Formas de promoción dirigidas al consumidor 2x1, 3x2. Otras.
- Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimientos:
 - Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
- Promociones especiales
- Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
- Acciones de marketing directo:
 - Posibilidades y características.
 - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
 - Legislación sobre protección de datos.
- Acciones de promoción "on line":
 - Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
 - Herramientas de promoción "on line", sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

3. Control y evaluación de acciones promocionales.

- Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
 - Concepto de eficacia y eficiencia.
 - Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
- Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
 - Margen bruto.
 - Tasa de marca.
 - Stock medio.
 - Rotación de stock.
 - Rentabilidad bruta.
- Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
- Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo:
 - Cronograma de la promoción e implantación de productos.
- Informes de seguimiento de promociones comerciales:
 - Resultados.
 - Medidas correctoras de las desviaciones.

Más información e inscripciones: kefas.es