

Punto de venta y psicología del consumidor

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Definir y organizar los recursos humanos del punto de venta, atendiendo a los criterios del comportamiento del consumidor.

CONTENIDOS

1. PRINCIPIOS Y CRITERIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE VENTA

- 1.1. Criterios comerciales.
- 1.2. Optimización de espacios.
- 1.3. Complementariedad de productos.

2. LA CONCEPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

- 2.1. Ubicación de los sectores más importantes.
- 2.2. Zonas frías y zonas calientes de un establecimiento.

3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL PUNTO DE VENTA

- 3.1. Normas y pautas generales para la determinación de los recursos humanos y materiales en el punto de venta.

4. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR

- 4.1. Cuantitativos: paneles de consumidores, paneles de distribución.
- 4.2. Cualitativos: los geotipos.

5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA

- 5.1. Comportamiento racional de compra.
- 5.2. Comportamiento irracional de compra.