

Organización del punto de venta orientado al cliente

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Interpretar la información que define la distribución y organización de un espacio comercial.

CONTENIDOS

1. El punto de venta y la superficie comercial
2. Marketing en el punto de venta.
3. Relaciones entre fabricante y superficies comerciales.
4. Normativa aplicable a las superficies comerciales.
5. Espacios mínimos, número y dimensión de los pasillos.
6. Acceso. Barreras de acceso y derecho de admisión.
7. Protección al consumidor: información y publicidad en el punto de venta.
8. Consumidores con necesidades especiales o sensibles.
9. Seguridad e higiene aplicada a las salas de ventas. Secciones especiales.