

Organización del lineal en el punto de venta

Modalidad: curso e-Learning Duración: 20 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos
- Identificar y explicar los niveles de exposición en el lineal con distinto potencial de venta.

CONTENIDOS

1. El lineal.
2. Reparto del lineal.
3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.
4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.
5. Reglas de implantación.
 - 5.1. Rotación de los productos.
 - 5.2. Lanzamiento de productos.
6. Organización del trabajo: determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.
7. Sistemas de reposición de lineales.
8. Normativa aplicable a la implantación de productos.
9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.