

Acciones promocionales en el punto de venta

Modalidad: curso e-Learning Duración: 4 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Establecer acciones promocionales en el punto de venta de pequeños comercios a partir de las características de distintos tipos de productos ofertados, analizando el impacto y eficacia comercial a través de ratios u otros instrumentos de medida.
- Interpretar la normativa vigente en materia de promociones, premios y ventas especiales señalando las diferencias según criterios comarcales o locales, tipo de producto o servicio entre otros.
- Describir los elementos y soportes promocionales, utilizados habitualmente en pequeños comercios, para distintos tipos de acciones promocionales o merchandising.

CONTENIDOS

1. Normativa comercial promocional.
2. Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes.
3. Elementos y soportes promocionales.
4. Presupuestos y medios disponibles