

# 202 *Merchandising*



## **Objetivo General**

El objetivo de la **Introducción al Merchandising** es formar profesionales autónomos del comercio, capaces de desarrollar con éxito proyectos empresariales dentro del sector del comercio al detalle, tanto en su función comercial como ejecutiva, y que sean capaces de sobrevivir en un entorno de competencia a todos los niveles.

## **Objetivos Específicos**

- ♦ *Enseñanza de la gestión de un comercio a partir de la historia, teniendo en cuenta aspectos tan significativos como el análisis de la ubicación, el tipo de mobiliario necesario, el ambiente, la promoción, etc.*
- ♦ *Adquisición de conocimientos relativos a las más modernas estrategias de merchandising*
- ♦ *Determinar la viabilidad o no de un futuro ó existente negocio*
- ♦ *Contrastar la necesidad de determinar un posicionamiento comercial competitivo*
- ♦ *Entender las motivaciones activas y pasivas que influyen sobre las decisiones de compra de nuestros clientes*

## **Beneficios**

- ♦ *Mejorar el nivel de ventas de nuestro establecimiento*
- ♦ *Aprender a controlar mas eficientemente nuestro negocio obteniendo **un mayor margen de beneficios***
- ♦ *Obtener el **mayor rendimiento de cada una de las visitas** que se produzcan a nuestro establecimiento*
- ♦ ***Posicionar nuestro negocio** dentro del mercado de la forma más atrayente para el segmento de mercado al que nos queremos dirigir*
- ♦ ***Ser más efectivos, más eficientes, incrementar nuestras ventas y obtener mayores beneficios** orientando mejor nuestra inversión y esfuerzo comercial*

## **Dirigido a**

- ♦ *Comerciantes autónomos con interés por darle un cambio a su negocio o mejorar la competitividad del mismo en su zona de acción*
- ♦ *Emprendedores deseosos de iniciar su propia actividad profesional*
- ♦ *Empresas distribuidoras interesadas en mejorar los servicios a sus clientes y en formar al personal responsable de sus puntos de venta*
- ♦ *Estudiantes de marketing y personas interesadas en conocer mejor el mundo de la distribución*

## **Metodología**

Nosotros partimos de un concepto básico que dirige los destinos de los negocios orientados hacia el futuro: La productividad se incrementa a través de la Innovación

Por otra parte pensamos que, la Innovación no es otra cosa que la capacidad de combinar los factores de producción de la forma mas eficiente

Por tanto, basamos nuestra metodología en la combinación de todos los factores de que disponemos técnicos y humanos, incluyendo a los propios alumnos, de la forma que sea necesaria en cada momento, para alcanzar la mejor respuesta por parte de los receptores de la formación.

# 202

# Merchandising



**Práctica**, porque se basa en el análisis, la discusión y en afrontar situaciones reales

**Interactiva**, ya que en todas las situaciones cualquier otro miembro del equipo puede contraponer una respuesta inesperada ante una determinada situación

**Provocativa**, porque se basa en la provocación continua por parte de los profesores a los alumnos en busca de la mejor solución posible, teniendo siempre en cuenta la combinación de todos los factores afectos, orientada a la consecución de un mejor resultado.

**Grupal**, dado que se trabaja en equipo asumiendo cada uno de sus integrantes el rol que le corresponda en cada momento.

**Bajo Presión**, toda vez que las situaciones en la vida real no permiten los actos de reflexión indefinidos.

Como sea que los objetivos pretendidos por el presente programa se desarrollan mucho mejor cuanto de más tiempo se dispone, resulta obvio que estos marcan en gran medida la selección de métodos a la disposición de los citados tiempos.

Por ello, en el presente programa los métodos susceptibles de ser usados en virtud del tiempo disponible son:

- ♦ **Clases Teóricas**  
*Apoyadas con presentaciones en Power Point repletas de casos, ejemplos, imágenes y gráficos para reforzar las explicaciones.*
- ♦ **Interacción**  
*Pregunta-respuesta continua entre conferenciante y alumnos, a iniciativa de cualquiera de las partes. Participación obligada por el ponente.*
- ♦ **Ejercicios Prácticos**  
*Ejercicios realizados de forma individual o en grupo, indoor, referidos a los conocimientos asumidos en el aula.*
- ♦ **Otros**  
*Aplicaciones prácticas a casos reales.*
- ♦ **Casos simulados**  
*Casos propuestos en clase a partir de información entregada por el formador*

## **Contenidos**

- ▶ **Capítulo 1:** Introducción e historia del comercio
- ▶ **Capítulo 2:** Conceptos del Merchandising
- ▶ **Capítulo 3:** Posicionamiento del comercio
- ▶ **Capítulo 4:** Análisis de Mercado
- ▶ **Capítulo 5:** El Punto de Venta
- ▶ **Capítulo 6:** El Mobiliario
- ▶ **Capítulo 7:** El Lineal
- ▶ **Capítulo 8:** La Exposición

# 202

# *Merchandising*



- ▶ **Capítulo 9:** El Ambiente (Clima, Sonido, Iluminación, Animación, etc.)
- ▶ **Capítulo 10:** Desarrollo (Promoción, Publicidad, RR.PP., etc.)
- ▶ **Capítulo 11:** Atención al Cliente
- ▶ **Capítulo 12:** Gestión de Surtido
- ▶ **Capítulo 13:** Rentabilidad del negocio

## **Extensión**

El programa de **Merchandising** es de tiempo Parcial y se puede adaptar tanto a los horarios de comerciantes en activo, permitiendo el ejercicio de la profesión, como a los de potenciales emprendedores que deseen formarse antes de entrar en el mercado.

Su duración se sitúa entre **40 y 60 horas**, repartidas entre varias jornadas en función de las necesidades y objetivos a cubrir. Es aproximado y nos podemos adaptar a las necesidades que nos presente el cliente, dando más énfasis en unos capítulos que en otros.

## **Puede complementarse con nuestros programas**

- ① **Calidad Conceptual**
- ① **Atención Telefónica**
- ① **Venta Conceptual. Atención de Mostrador**
- ① **Marketing. Introducción y conceptos**
- ① **Marketing de Guerrillas**
- ① **Política de Distribución**
- ① **Política de Precio**
- ① **Política de Producto**
- ① **Franquicias**
- ① **Los errores más frecuentes de las marcas**