

GESTIÓN DE VENTAS Y ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL (50 HORAS)

1. Organización de la superficie comercial:

- Técnicas de merchandising.
- Distribución de los pasillos.
- Implantación de las secciones.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- Zonas calientes y zonas frías.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

2. Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta:

- El surtido.
- La amplitud, la anchura, la profundidad, la coherencia, la notoriedad y la esencia.
- Elección de referencias.
- Aplicaciones informáticas para la gestión del surtido.
- Disposición del mobiliario.
- Clasificación de productos para familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Definición y funciones del lineal. Zonas y niveles del lineal.
- Sistemas de reparto del lineal.
- Sistemas de reposición del lineal.
- Tipos de exposiciones del lineal.
- Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
- Tiempo de exposición.

- Gestión por categorías de productos.
- Los frontales (*facings*).

3. Cobro de los productos vendidos al consumidor particular o final:

- Monedas y billetes de curso legal.
- Cálculo mental para agilizar el cobro.
- Protocolos de prevención de billetes falsos.
- El cobro de productos con el terminal punto de venta.
- Sistemas de fidelización de clientes: tarjetas.
- Procedimiento de arqueo de caja
- Los medios de pago electrónicos.
- Ticket de caja. Factura simplificada. Abonos.

4. Embalaje y empaquetado de los artículos vendidos al consumidor particular:

- El empaquetado y la imagen de la empresa.
- Tipos de embalajes y empaquetados.
- La adaptación del empaquetado al tipo de artículo.
- Técnicas de empaquetado.
- Materiales. Ornamentos y complementos de empaquetado.
- Envases para productos frágiles.