

MARKETING Y PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

SKU: EVOL-3332-VTP-A | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [75](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Marketing y promoción en el punto de venta

Objetivos

- Analizar la información de los clientes y bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (sistemas de información de mercados) para la definición de distintos tipos de acciones en el lanzamiento e implantación de distintos tipos de productos y servicios.
- Caracterizar distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y servicios a partir de una campaña, tipo de cliente, fechas especiales, tipo de establecimiento u otros.
- Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimientos: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial.
- Elaborar informes de seguimiento y control de distintos de acciones promocionales en el punto de venta.

Contenidos

UD1. Marketing en el punto de venta.

- 1.1. Concepto de marketing en el punto de venta.
- 1.2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta.
- 1.3. Análisis del punto de venta.
- 1.4. Gestión del surtido.
- 1.5. Animación del punto de venta.



UD2. Marketing promocional.

- 2.1. Concepto y fines de la promoción.
- 2.2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.
- 2.3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento.
- 2.4. Promociones especiales.
- 2.5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
- 2.6. Acciones de marketing directo.
- 2.7. Acciones de promoción «Online».

UD3. Control y evaluación de acciones promocionales.

- 3.1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional.
- 3.2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones.
- 3.3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
- 3.4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y Hojas de Cálculo.
- 3.5. Informes de seguimiento de promociones comerciales.

El curso de promoción y marketing online es un programa educativo diseñado para proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar estrategias efectivas de marketing y promoción en el punto de venta. Durante el curso, los participantes aprenderán sobre las técnicas y herramientas clave para atraer a los clientes, aumentar las ventas y mejorar la experiencia de compra en entorno minorista.

El curso incluye temas como la importancia del merchandising, la distribución del espacio en el punto de venta, la presentación visual de los productos, la comunicación con el cliente, los gestos de promociones y descuentos, entre otros. Los participantes también aprenden sobre las tendencias de marketing actuales y el punto de vista y se adaptan unos a otros para maximizar los resultados.

Además, se explorarán estrategias para medir el impacto de las marketing y promoción en el punto de venta, así como para acciones paralizar la competencia e identificar oportunidades de mejora. Los participantes también recibirán orientación sobre cómo utilizar herramientas tecnológicas y digitales para potencializar sus estrategias de marketing electrónico en el punto de venta.



Al finalizar el curso, los participantes estarán preparados para dominar e implementar estrategias efectivas de marketing y promoción en el punto de venta, con el objetivo de aumentar las ventas, fidelizar a los clientes y aumentar la rentabilidad de la transacción. ¡No existe la oportunidad de convertirte en un experto en marketing y promoción en el Punto de Venta con este completo curso online!

Tal vez te interese este curso: [MARKETING ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA](#)

O quizá este otro: [Técnicas de venta](#)

Síguenos en: [Instagram](#)

