

(MF0502_3) Implantación De Productos Y Servicios

Horas

70

Acerca de este curso

Cod: PD243

Unidad 1: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 1

- Clasificación de los productos en el punto de venta
- Identificación del producto
- Posicionamiento de los productos
- Acondicionamiento del producto
- Trazabilidad del producto en el punto de venta
- El surtido en el punto de venta y métodos de determinación
- Elección de las referencias y aplicaciones informática

Unidad 2: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 2

- El lineal
- Reparto del lineal
- Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición
- Reglas de implantación
- Organización del trabajo
- Normativa aplicable a la implantación de productos
- Aplicaciones informáticas para la optimización y distribución

Unidad 3: Control de la implantación de productos

- Instrumentos de control cuantitativo y cualitativo
- Parámetros de gestión de categorías
- Cálculo de ratios económicos – financieros
- Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos
- Introducción de medidas correctoras
- Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos

¿Qué aprenderás?

- Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta.
- Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.
- Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

- Alcanzar las bases para gestionar las diferentes familias de productos.
- Conocer la distinta tipología de los productos: rotación, rentabilidad, compra por impulso, etc.
- Conocer y aplicar las estrategias de ubicación del producto y hacer más rentable el espacio del punto de venta.
- Organizar el punto de venta para incrementar las ventas.
- Conocer y organizar las secciones dentro del establecimiento, de manera que optimicen la circulación, la visión de los productos y las compras de la clientela.
- Establecer la distribución del lineal, según las características del producto, el tiempo de exposición y otros parámetros de rentabilidad.
- Conocer los distintos partes que conforman un lineal.
- Conocer maneras de implantación de los productos en el lineal.
- Definir los principales elementos de la promoción del punto de venta.
- Conocer las distintas formas de organización en el trabajo, tareas y recursos humanos con los que cuenta la empresa.
- Fijar métodos de control de implantación de los productos.
- Reconocer y desarrollar los instrumentos de control cuantitativo y cualitativo.
- Conocer y calcular todas las categorías de parámetros de gestión: margen bruto, beneficio bruto, índice de circulación, índice de atracción.
- Ser capaz de interpretar los ratios de gestión de los productos.
- Conocer las medidas designadas para la supresión e introducción de nuevas referencias.
- Conocer y utilizar una hoja de cálculo para la gestión de los productos.