

Merchandising para mercados minoristas. AREA DE MERCHANDISING.

El Merchandising tiene su origen en los propios mercados de venta no sedentaria que se daban cita en las plazas de los pueblos, con la intención de captar la atención de los viandantes de forma que se sintieran seducidos y motivados para realizar la compra en un determinado frente al de al lado. Así pues, el Merchandising es un conjunto de técnicas aplicadas al punto de venta para influir y motivar el acto de compra.

En este sentido, el taller pretende descubrir técnicas e ideas para mejorar la organización del surtido en el puesto, la imagen que proyecta, la comunicación que se realiza y la forma de presentar los productos. Todo ello desde un enfoque eminentemente práctico y centrado en los puestos del mercado, con ejemplos, ideas concretas y aportaciones prácticas que se realizarán desde el propio taller y de rápida aplicación.

Metodología práctica con casos y workshops individuales (opcional).



Nº ALUMNOS

12 - 25

Nº DE HORAS

3-4 horas+visita

¿A quién va dirigido?

Comerciantes y gerentes de mercados minoristas.

