

OBJECTIVOS:

Identificar os principais comportamentos do consumidor no ponto de venda.

Diagnosticar os diferentes factores que intervêm na optimização de um espaço comercial, e como ajudar ao escoamento dos produtos.

Definir o conceito de animação.

Aplicar as técnicas e meios de animação do ponto de venda.

Comunicação não verbal do produto com o cliente no linear.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Conceito e tipos de Merchandising.

Conhecimento do consumidor, necessidades, trajecto no ponto de venda e tipo de compra.

Organização e equipamento, espaço de venda, secção, tipos de implementação, gestão do linear, técnicas de reposição e sortido.

Conceito e objectivos de animação: Animação permanente e intermitente.

Técnicas e materiais para animar o ponto de venda e pesquisa e organização do plano anual dos temas.

Embalagem no linear, impacto visual, design e cor, e etiquetagem e simbologia promocional.

DESTINATÁRIOS:

Esta acção de formação tem como público-alvo: Activos empresários ou quadros técnicos, trabalhadores de espaços comerciais, animadores de ponto de venda.

REQUISITOS:

Ter conhecimentos de Marketing

Nº DE HORAS: 21 horas