

## VISUAL MERCHANDISING

### CURSO DIRIGIDO A:

Personal del área Marketing, Trade Marketing.

### OBJETIVOS DEL CURSO:

El participante será capaz de aplicar los elementos claves del Visual Merchandising, con el objeto de generar el mayor impacto comercial en las ventas, mediante el dominio y presentación efectiva de esta técnica, por medio del estímulo / respuesta en el consumidor final, focalizado en el punto de venta de la industria del retail.

### HORAS CRONOLÓGICAS:

20 HORAS

### CONTENIDOS

#### MODULO 1 MERCHANDISING

- Definición
- Función
- Misión.
- Visual Merchandising
  - Definición
  - Componentes
  - Diseño
  - Arquitectura interior y exterior
  - Tipos de implementación
  - Aspectos visuales
  - Personalidad de cada departamento

#### MODULO 2 CANALES DE PERCEPCIÓN

- Misión
- Definición
- Medición de importancia de los canales
- Teoría del color
- Estilos
- Clasificación de colores:
  - Primarios
  - Secundarios y terciarios
  - Significación de los colores
  - Utilización de colores de acuerdo a producto.
- Escaparate
- Tipos
- Exteriores e interiores
- Venta cruzada
- Elementos fundamentales
- Elementos PROPS
- P.O.P
- Señalética
- Store Planning

## TÉCNICAS DE VISUAL MERCHANDISING

### CURSO DIRIGIDO A:

Personal del área Marketing, Trade Marketing.

### OBJETIVOS DEL CURSO:

El participante será capaz de aplicar los elementos claves del Visual Merchandising, con el objeto de generar el mayor impacto comercial en las ventas, mediante el dominio y presentación efectiva de esta técnica, por medio del estímulo / respuesta en el consumidor final, focalizado en el punto de venta de la industria del retail.

### HORAS CRONOLÓGICAS:

20 HORAS

### MODULO 3

#### TIPOLOGÍA DE LAS REACCIONES Y PATRONES CONDUCTUALES DEL CONSUMIDOR O CLIENTE.

- Reconocer los factores motivacionales que permiten convertir al visitante del punto de venta en un cliente.

### MODULO 4

#### TIPOS Y FORMAS DE IMPLANTACIÓN

- Ventajas y desventajas
- Mobiliarios
- Micro lay out
- Distribución y carga de muebles
- Categorías de productos,
- Visual merchandising en función de la calidad del servicio al cliente.



## METODOLOGÍA

Clases teórico prácticas. Se utilizan ejercicios obtenidos de casos reales que luego son analizados y debatidos en foros con el relator.

## DIAGNÓSTICO:

Proceso con el cuál CENFOTECH mide los conocimientos de cada participante previos a una actividad de capacitación. Una vez finalizado, CENFOTECH emite un reporte de resultados a la empresa.

## EVALUACIÓN:

Se realizar un control teórico al finalizar el curso, que medirá el nivel de comprensión de los participantes respecto a las normas y reglamentos. Para ello se aplica una prueba de selección múltiple donde la nota será de acuerdo a la escala convencional de 1 a 7. Nota de aprobación 5.

## SEGUIMIENTO:

Etapa donde personal de CENFOTECH se apercibe en la empresa 3 meses después de finalizada la actividad para identificar el nivel de los participantes en el puesto de trabajo. El instrumento de seguimiento es alternativo y es sugerido por CENFOTECH.