

TALLER
“MERCHANDISING ESTRATÉGICO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO”
Campo de Criptana, 13 y 14 de octubre de 2016
Centro de la Mujer. C/ Fernández Cazuelas, s/n. 14:30 a 17:30 horas

Son muchos los factores que determinan el éxito para vender más en el comercio minorista. En la actualidad, el comercio se enfrenta a uno de los mayores retos de su larga historia, motivado principalmente por factores de carácter tecnológico y social. El consumidor impone cada día nuevas fórmulas más creativas para poder llegar a venderle, más allá de sus necesidades y deseos. Se trata de estimular los sentidos del consumidor para que pueda experimentar sensaciones agradables y, como resultado, lograr una experiencia positiva de compra.

Durante este taller, organizado por la **Cámara de Comercio** en colaboración con el **Ayuntamiento de Campo de Criptana** y enmarcado dentro del **Plan Integral de Apoyo al Pequeño Comercio 2016**, se aprenderá a gestionar a nivel estratégico los criterios de merchandising, en los cuales nos basamos para definir la localización y presentación del surtido sobre la superficie de ventas y el lineal desarrollado, con el objetivo de desarrollar acciones de mejora e ideas clave para vender más.

El Taller es gratuito para los participantes gracias a la cofinanciación del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional** y la **Secretaría de Estado de Comercio**.

El taller será impartido por Ricardo Palomares, diplomado en Marketing y Dirección comercial por la Escuela Internacional de Dirección Empresarial, Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing.

Dirigido a

Propietarios, gerentes y empleados de comercios minoristas.

Programa

- ③ **Introducción: “De tendero a empresario”**
 - Actitud frente a los cambios
 - Innovación
 - Planificación
- ③ **Diseño de los elementos de la arquitectura comercial**
 - Diseño de los elementos de la arquitectura exterior
 - Diseño de los elementos de la arquitectura interior
- ③ **Política del surtido eficiente**
 - Gestión estratégica del surtido
 - Gestión por categorías
- ③ **Estrategias de localización del surtido en el punto de venta (I)**
 - ¿Dónde localizar los productos que más se venden y los que menos se venden?
 - ¿Dónde presentar los productos necesarios y deseados?
 - ¿Dónde localizar los productos para potenciar las compras por impulso?
 - ¿Dónde localizar los productos promocionados?
 - ¿Dónde localizar los productos estacionales?
- ③ **Estrategias de localización del surtido en el punto de venta (II)**
 - ¿Cómo presentar su visibilidad y accesibilidad?
 - ¿Cómo presentar los productos para potenciar las compras por impulso?
 - ¿Cómo presentar los productos promocionados?



UNIÓN EUROPEA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y COMPETITIVIDAD

SECRETARÍA DE ESTADO
DE COMERCIO



CAMPO
DE CRIPTANA
Tierra de gigantes



de Comercio de España



Ciudad Real

🕒 **Gestión estratégica del lineal**

Gestión del espacio del lineal desarrollado:

¿Qué espacio de lineal hay que asignar a cada producto?

¿Qué cantidad de productos debe contener el lineal?

¿Cómo obtener mayor rentabilidad del lineal?

Más información e inscripciones

La participación en el taller es **GRATUITA**, previa inscripción y hasta completar aforo

Convocatoria y ficha de preinscripción

En página web www.camaracr.org

Área de Desarrollo Empresarial

Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real

Juana Fernández-Luengo

Teléfono: 926 27 44 44; Fax: 926 25 56 81

formacion@camaracr.org