

ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

PUNTOS TRABAJO (Primer Trimestre)

1) **Introducción al tipo de superficie** en estudio (Hipermercado, Supermercado, etc.).

2) **Estudiaremos el Merchandising:**

- a) **Shopper**, aquí hay que hablar de publicidad en vallas publicitarias, cuñas de radio, publicidad en TV, página de Internet, etc. También la buena ubicación, la facilidad de acceso y en su caso de estacionamiento, razones fundamentales por las que se promociona el Centro (buenos precios, servicio postventa, aparcamiento, etc.)
- b) **Buyer**, buen trato, buena distribución, precios atractivos, calidad, etc.

3) **Conocimiento del Cliente.**

Fundamentalmente aplicaremos la **encuesta** y de ella habrá que extraer conclusiones. El número mínimo de entrevistas no debe ser inferior a 50 y debe realizarse en la entrada del establecimiento, *con el fin de hablar con personas que compran en el Centro objeto de estudio.*

4) **Organización del Punto de Venta.**

Haremos un pequeño croquis de la distribución del establecimiento, indicando:

- a) Sentido de la circulación del público, tipo de disposición del mobiliario (si hay varias comentarlas, es posible que la zona de Imagen y sonido tenga una distribución especial).
- b) Identificación de zonas calientes, comentar la existencia de puntos artificiales y naturales.

5) **El Lineal.**

Aquí nos fijaremos en dos secciones:

- Geles en donde nos fijaremos en la disposición de la marca blanca, y de las marcas Sanex, Magno.
- Refrigerados, yogures nos fijaremos en la disposición del lineal y concretamente en las marcas Danone, Clesa y Marca Blanca del Establecimiento.
- Nos fijaremos en una disposición de temporada, turroneos y mantecados haciendo mención expresa de la ubicación de las marcas de turroneos, 1880, El Almendro y la Marca Blanca.

En todos ellos haremos un comentario razonado de la disposición en el lineal, nivel, zona del lineal, etc.

6) **Optimización del Lineal**, aquí hablaremos de las mismas secciones y marcas del apartado anterior, haciendo referencia a los facings, stock de presentación, armonía de los frontales, etc.

***El contenido anterior es de carácter mínimo.
El trabajo tiene fecha de entrega límite el viernes 05 de diciembre de 2008.***