

## OBJETIVOS IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DEL PUNTO DE VENTA

---

- Introducir al alumno en los conceptos relacionados con el punto de venta y el comercio, como la distribución comercial como los circuitos, los intermediarios, el urbanismo comercial, tipos de comercio, y tendencias de concentración.
- Conocer cómo ha evolucionado la distribución.
- Analizar el área de venta y el área de influencia.
- Investigar cuál es el potencial económico del entorno donde se ubica el negocio, poder realizar una previsión de gastos del cliente potencial y evaluar la competencia.
- Analizar a los clientes, conocer sus necesidades reales, sus hábitos y motivaciones de compra y realizar con los datos una segmentación de los clientes.
- Con toda la información anterior iniciar acciones efectivas de marketing y posicionamiento para el punto de venta.
- Gestión eficaz del surtido por su composición y caracterización.
- Instaurar una buena política de precios.
- Conocer las técnicas más exitosas para realizar el cálculo del precio de venta.
- Desarrollo de las técnicas de venta según el establecimiento comercial y el tipo de cliente.
- Conocer los servicios complementarios que se pueden ofrecer para posicionar el establecimiento.
- Realizar campañas de comunicación e imagen que posicionen el establecimiento basándose en pilares como el logotipo, el ambiente, y las promociones.