



## *merchandising...*

### **DESTINATARI:**

Gestori, Addetti alle vendite, Capi Piazzale, di Punti di Vendita della viabilità ordinaria e autostradali.

### **DURATA:**

Tre giorni

### **OBIETTIVO:**

Esaminare tutte le metodologie più appropriate per coinvolgere il Cliente e motivarlo verso l'acquisto dei prodotti presenti sia nelle sale vendite che sugli espositori da piazzale, dando ampio spazio all'illustrazione ed alla sperimentazione pratica di tecniche di vendita e di esposizione.

### **CONTENUTI:**

- Il Marketing- Concetti fondamentali
  - Bisogni -Prodotti - Scambio- Valore e Soddisfazione-Mercato
- Il Marketing Mix
  - Sviluppare una strategia
- La Comunicazione con il Cliente
- Le Vendite Correlate
- Il Merchandising
- Il Layout
  - Le strutture e le attrezzature
  - Le aree Merchandisable
- L'Esposizione dei Prodotti all'interno della Sala Vendite
- I Criteri Guida:
  - Visibilità/Accessibilità/Verticalità e Linee
  - Correlazione e Rotazione/Utilizzo "PuntiCaldi"/Atmosfera
- L'Analisi economica:
  - Gli Spazi/mq
  - Gli Spazi /mt lineari
  - Gli Spazi referenza
  - La Velocità di rotazione degli stocks
  - L'Analisi economica dei Centri di Profitto