

Capacitats

Capacitats formatives

CF1 Definir accions promocionals segons els objectius comercials, increment de vendes o rendibilitat d'espais comercials.

- CA 1.1 Identificar les fonts d'informació que faciliten les dades necessàries per a la definició d'una acció promocional, tant on line com off line.
- CA 1.2 Definir els objectius que generalment es persegueixen en una acció promocional.
- CA 1.3 Identificar i descriure els diferents mitjans promocionals que normalment s'utilitzen en un petit establiment comercial i en una gran superfície.
- CA 1.4 Definir les principals tècniques psicològiques que s'apliquen en una acció promocional.
- CA 1.5 Estimar situacions susceptibles d'introduir una acció promocional.
- CA 1.6 A partir de la caracterització d'una zona freda en un establiment comercial:
 - Seleccionar un mitjà de promoció per escalfar la zona.
 - Definir el contingut i forma del missatge promocional.
- CA 1.7 A partir d'uns objectius definits en un pla de màrqueting, la caracterització d'un establiment comercial i un pressupost donat, definir:
 - Tipus de promoció.
 - Emplaçament de cada una de les accions promocionals.
 - Tècniques psicològiques aplicades i efectes esperats.
 - Presentar de forma organitzada i estructurada l'acció promocional definida, establint temps i formes per a la seva execució, utilitzant, en el seu cas, aplicacions informàtiques de gestió de projectes.
- CA 1.8 Elaborar un pressupost a partir d'unes dades econòmic-financers i una acció promocional definida, tenint en compte els recursos humans i materials necessaris.

CF2 Elaborar elements promocionals per a establiments comercials, utilitzant els materials i equips adequats.

- CA 2.1 Elaborar missatges comercials efectius adequats al tipus de promoció i objectius promocionals
- CA 2.2 Aplicar tècniques de retolació en la realització de diferents tipus de cartells per a establiments comercials, utilitzant els materials i equips adequats.
- CA 2.3 Realitzar i/o dissenyar diferents cartells i fullets a partir dels missatges comercials que es volen transmetre, aplicant les tècniques de retolació i combinant diferents materials que aconseguixin l'harmonització entre forma, textura i color i d'acord a la imatge corporativa de l'establiment.
- CA 2.4 Utilitzar programes informàtics d'edició en la confecció de catàlegs, cartells, fullets, díptics i tríptics a partir de la caracterització d'un establiment i dels missatges que es volen transmetre.
- CA 2.5 Definir els continguts i elements d'una web comercial efectiva aplicant els criteris de facilitat de navegació, confiança de l'usuari, estil narratiu adequat i promocionar-la amb les eines disponibles en Internet.
- CA 2.6 Analitzar diferents promocions i missatges comercials reals en establiments comercials

CF3 Aplicar mètodes de control d'eficiència en accions promocionals en el punt de venda.

- CA 3.1 Identificar les variables que intervenen en el càlcul de proporcions de control d'accions promocionals en el punt de venda.
- CA 3.2 Identificar i explicar les proporcions o altres instruments de mesura que s'utilitzen normalment per avaluar l'eficiència de les accions promocionals.
- CA 3.3 Descriure el procediment d'obtenció del valor dels paràmetres que intervenen en el càlcul de les proporcions de control.
- CA 3.4 A partir d'unes dades econòmiques sobre les vendes i el benefici brut anual abans d'impostos, utilitzant, en el seu cas, fulls de càlcul informàtic:
 - Calcular l'eficàcia de l'acció promocional, utilitzant les principals proporcions que la quantifiquen.
 - Interpretar els resultats obtinguts.

Explicar mesures a aplicar per corregir desviacions detectades en la interpretació dels resultats obtinguts.

Continguts

Continguts de fets

La promoció en el punt de venda.

Comunicació comercial: Publicitat i promoció: Màrqueting directe.

Planificació d'activitats promocionals segons el públic objectiu.

La promoció del fabricant i de l'establiment.

Formes de promoció dirigides al consumidor.

Animació de punts calents i freds a l'establiment comercial: àrees de bases, indicadors visuals productes ganxos, centres d'atenció i informació en el punt de venda.

Marxandatge en el punt de venda:

Tipus d'elements de publicitat en el punt de venda: stoppers, pancartes, adhesius, displays, estands, mòbils, banderola, cartells entre d'altres.

Tècniques de retolació, lletres, forma i color per a fullets i cartells en el punt de venda.

Missatges promocionals.

Degustacions i demostracions en el punt de venda.

Accions promocionals on line.

Internet com a canal d'informació i comunicació de l'empresa/establiment.

Eines de promoció on line, llocs i estils web per a la promoció d'espais virtuals.

Pàgines web comercials i informatives. Elements de la botiga i/o espai virtual. Elements de la promoció on line.

Control de les accions promocionals.

Criteris de control de les accions promocionals.

Càlcul d'índexs i proporcions econòmic-financers: marge brut, taxa de marca, estoc mitjà, rotació de estoc, rendibilitat bruta.

Continguts de Procediments

Promoció en el punt de venda.

Utilització d'aplicacions informàtiques de gestió de projectes/tasques.

Marxandatge en el punt de venda.

Aplicacions informàtiques per a l'autoedició de fullets i cartells publicitaris. Degustacions i demostracions en el punt de venda.

Control de les accions promocionals.

Utilització de fulls de càlcul. Anàlisi de resultats. Proporcions de control d'eficiència de les accions promocionals. Aplicació de mesures correctores.

Continguts d'actituds

Innovació.

-Roman informat sobre les noves tendències i innovacions.

Organització del treball.

-Preveu la manera en què nous esdeveniments o situacions afectaran les persones i els grups de l'organització.

-Es capaç de planificar recursos amplis i de generar nous procediments per a realitzar la gestió.

-Sap administrar simultàniament diversos projectes dins de l'àrea de treball.

Relació interpersonal.

-Assumeix el punt de vista dels usuaris o clients externs / interns.

Resolució de problemes.

-S'assegura d'eliminar les causes d'un problema perquè no torni a ocórrer.

Responsabilitat.

-Fixa objectius reptadors assumint riscos controlats.

Treball en equip.

-Es fa responsable del treball del seu equip, tant de l'èxit com del fracàs.

Ubicació en el Catàleg de Qualificacions Professionals de Catalunya

Qualificacions vinculades

2158 Impantació i animació d'espais comercials. Nivell: 3

Unitats de competència associades

2050311 Direcció, gestió i desenvolupament de projectes globals de marxandatge visual. Nivell: 3

Ocupacions i llocs de treball tipus identificats

Dissenyador/a de projectes de marxandatge visual assistit per ordinador

Dissenyador/a d'espais comercials

Especialista en accions comercials

Expert en Marxandatge Visual

Expert/a en marxandatge visual

Visual Merchandiser