

(Read download) Merchandising. Teoría, práctica y estrategia (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Merchandising. Teoría, práctica y estrategia (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Ricardo Palomares Borja

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

#1083601 in eBooks 2009-08-31 2013-12-04 File Name: B00H87YRIY | File size: 46.Mb

Ricardo Palomares Borja : Merchandising. Teoría, práctica y estrategia (Libros profesionales) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Merchandising. Teoría, práctica y estrategia (Libros profesionales) (Spanish Edition):

0 of 0 people found the following review helpful. Four StarsBy jhon S.Bueno0 of 0 people found the following review helpful. Five StarsBy Juan Manuel PereiraThanks

El complejo mundo de la distribución comercial plantea cada día nuevos retos que requieren de múltiples respuestas basadas en nuevos planteamientos de actuación, diseñados para resolver eficazmente la gestión del marketing en el proceso de distribución de los bienes y servicios que las empresas comercializan en diferentes formatos comerciales, mediante la gestión estratégica del merchandising. Para ello, esta obra resuelve las cuestiones planteadas mediante sus cuatro capítulos: a través de la gestión por categorías responderemos a ¿Qué productos agrupar estratégicamente? a través de la gestión de los elementos de la arquitectura comercial responderemos a ¿Cómo diseñar la superficie de ventas? a través de la gestión estratégica de la superficie de ventas responderemos a ¿Dónde localizar los productos. Y por último, a través de la gestión estratégica del lineal desarrollado responderemos a ¿Cómo presentar los productos. Precisamente con ese propósito de promover y garantizar el éxito en la gestión del merchandising en el punto de venta, se han escrito estas páginas. Desarrollando diferentes técnicas y herramientas del merchandising y desde tres líneas de actuación didáctica, la teórica, la práctica y la estrategia. La finalidad es hacer frente a una nueva gestión del merchandising aplicada a cualquier formato comercial en régimen de libre servicio, y con ello, poder contribuir a mejorar la seguridad en la toma de decisiones y el know-how del merchandiser profesional en el desempeño de sus operaciones técnicas y estratégicas. Índice: Introducción al merchandising.- Gestión del surtido.- La arquitectura del establecimiento comercial.- Gestión estratégica del punto de venta.- Posibles soluciones.