

TALLER 1: COMO CREAR UN ESCAPARATE PRIMAVERAL

DATOS GENERALES:

- ¿Tienes alguna idea de lo que quieres plasmar, pero no sabes cómo?
- ¿Buscas ideas para plasmar en tu escaparate?
- ¿Sabes cómo colocar elementos decorativos colgantes sin dañar la estructura del escaparate?
- ¿Buscas diferenciarte de la competencia en lo que a imagen comercial exterior se refiere?
- ¿Desconoces en qué lugares comprar decoración para los escaparates?

Estas y otras preguntas serán respondidas en este workshop o taller práctico en el que el alumnado aprenderá, paso a paso, a contar una historia a través de un escaparate inspirado en la primavera.

PERFIL DEL ALUMNADO:

Este taller va dirigido a empresas de comercio minorista, de cualquier sector, que dispongan de escaparate.

OBJETIVOS:

Este workshop tiene como objetivos:

- Aprender las reglas para crear un escaparate que transmita una imagen innovadora y capte la atención del viandante (tipos de composición, iluminación, normas de exposición, color, renovación, soportes, ...).
- Conocer las nuevas tendencias en colores, materiales y elementos de decoración.
- Aprender a transmitir una historia en un escaparate con temática primaveral.
- Disponer de un listado de proveedores a los que comprar el material para decorar los escaparates.

CONTENIDO:

El contenido a tratar incluye lo siguiente:

- Estructura, herramientas y soportes del escaparate.
- Composición.
- Criterios de exposición de productos.
- Iluminación y color.
- Storytelling aplicado al escaparate.
- Planificación y cronograma.
- Fases de ejecución.
- Propuesta escaparate primaveral.
- Listado de proveedores.

FECHA Y DURACIÓN:

El contenido citado tiene una duración de 2,5 horas.

TALLER 2: VENTA SILENCIOSA: CÓMO DISEÑAR TU TIENDA PARA FOMENTAR LA COMPRA POR IMPULSO

DATOS GENERALES:

- ¿Sabes qué es la venta silenciosa?
- ¿Cómo se debe implantar el mobiliario para crear una jerarquía espacial?
- ¿Qué son los puntos focales, ejes visuales y puntos de pausa?
- ¿Qué niveles y zonas de exposición son las más vendedoras?
- ¿Cuáles son los criterios de implantación?
- ¿Cómo podemos implantar el producto para sacar la máxima rentabilidad?
- ¿Qué técnicas podemos aplicar para fomentar la compra por impulso en cajas?
- ¿Conoces los Puntos de Máximo Interés?
- ¿De qué forma podemos ofrecer descuentos con una tarjeta de fidelización para aumentar la frecuencia de compra?
- ¿Conoces las técnicas silenciosas para lograr la compra de artículos difíciles de vender?

Estas y otras preguntas serán respondidas en este workshop o taller práctico en el que el alumno aprenderá a diseñar su tienda para fomentar la compra por impulso.

OBJETIVOS:

Este workshop tiene como objetivos:

- Conocer el proceso para hacer una correcta zonificación de la tienda.
- Distinguir entre niveles y zonas e identificar criterios de colocación en cada uno de ellos.
- Identificar las formas de implantación y como colocar el producto para mejorar su venta.
- Describir las técnicas para aumentar las ventas en la zona del mostrador.
- Conocer las estrategias del punto de venta para aumentar las ventas.
- Conocer que criterios son más adecuados al aplicar descuentos con tarjetas de fidelización para aumentar la frecuencia de compra.

DURACIÓN:

El contenido citado tiene una duración de 2,5 horas.

TALLER 3: CÓMO SORPRENDER AL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS TRADICIONALES DE ALIMENTACIÓN (panadería, frutería, pescadería y carnicería)

DATOS GENERALES:

- ¿Cuáles son los puntos que determinan una excelente experiencia de compra?
- ¿Qué es una experiencia WOW?
- ¿Qué factores determinan una experiencia WOW?

Estas y otras preguntas serán respondidas en este workshop o taller práctico en el que el alumno aprenderá a utilizar los sentidos para generar una experiencia de compra inolvidable.

PERFIL DEL ALUMNADO:

Este taller va dirigido a cualquier persona que trabaje en un establecimiento tradicional de alimentación.

OBJETIVOS:

Este workshop tiene como objetivos:

- Conocer los requisitos para que una experiencia de compra sea recordada.
- Identificar los elementos para conseguir una experiencia wow en el cliente.

CONTENIDO:

El contenido a tratar incluye lo siguiente:

- Introducción.
- Tipos de consumidores en alimentación.
- Eatendencia: Cómo generar una experiencia wow:
 - Sustainfood.
 - Localfood.
 - Trust for food.
 - Transient food.
 - Simple and Smart.
 - Better for me.
 - My universe.
 - Eatertainment.
 - Social sharing.
- Listado de acontecimientos para generar experiencia wow.
- Listado de proveedores.

DURACIÓN Y FECHA:

El contenido citado tiene una duración de 2,5 horas.