

Neuromarketing aplicado a los Supermercados

Marketing y ventas · Teleformación · 60 horas · Tutor acreditado · Diploma acreditativo



Aplicar el neuromarketing al diseño de espacios comerciales de gran consumo.

Aplicar el neuromarketing al diseño de espacios comerciales de gran consumo. Optimizar el layout y la disposición de productos en el punto de venta. Incrementar la conversión mediante estímulos sensoriales.

Objetivos

- Aplicar el neuromarketing al diseño de espacios comerciales de gran consumo.
- Optimizar el layout y la disposición de productos en el punto de venta.
- Incrementar la conversión mediante estímulos sensoriales.

Contenidos

- Comportamiento del consumidor en el punto de venta.
- Neurodiseño del lineal y del layout.
- Señalización, precios y percepción de valor.
- Promociones y su impacto neurocognitivo.
- Marketing sensorial en el retail.
- Medición de resultados y KPIs.