

Índice

INTRODUCCIÓN	11
Capítulo 1. Localización y entorno del punto de venta	15
1. Análisis de la localización y del entorno	17
1.1. Elementos de la localización y del entorno	18
Capítulo 2. Arquitectura del punto de venta	33
1. Elementos de la arquitectura exterior	35
1.1. Puerta de entrada	37
1.2. Escaparate	53
1.3. Identificación comercial	59
1.4. Fachada	72
2. Elementos de la arquitectura interior	81
2.1. Punto de acceso	83
2.2. División de la superficie de ventas	95
2.3. Disposición de la superficie de ventas	117
2.4. Diseño de los pasillos	129
Capítulo 3. Política de surtido eficiente	149
1. Gestión estratégica del surtido	151
1.1. División del surtido	153
1.2. Dimensiones del surtido	159
1.3. Gestión por categorías	181
1.4. Análisis cuantitativo del surtido	190
Capítulo 4. Estrategias de localización y presentación	207
1. Estrategias de localización del surtido en la superficie de ventas	209
1.1. Localización en función de los índices de rotación	212

1.2. Localización en función de los tipos de compra	223
1.3. Localización en función de los tres tiempos	231
1.4. Localización en función de triple efecto	243
2. Estrategias de presentación del surtido en el lineal desarrollado	252
2.1. Tipos de presentación	254
2.2. Presentación mediante técnicas de exposición	266
2.3. Presentación mediante criterios de implantación	300
2.4. Presentación mediante tipos de implantación	310
2.5. Presentación mediante formas de implantación	324
2.6. Gestión del espacio en el lineal	335
Capítulo 5. Política de comunicación en el punto de venta	349
1. Elementos y soportes de comunicación	351
1.1. Comunicación corporativa	354
1.2. Publicidad en el lugar de venta	362
1.3. Comunicación relacional y política de fidelización	399
1.4. E-comunicación	421
Capítulo 6. Política de promoción en el punto de venta	435
1. Planificación promocional	437
1.1. Planificación y desarrollo promocional	438
Capítulo 7. Atmósfera del punto de venta	461
1. Atmósfera comercial	463
1.1. Elementos de la atmósfera comercial	464
Capítulo 8. Política de promoción en el punto de venta	483
1. Innovación comercial	485
1.1. Innovación en el punto de venta	486
BIBLIOGRAFÍA	507