

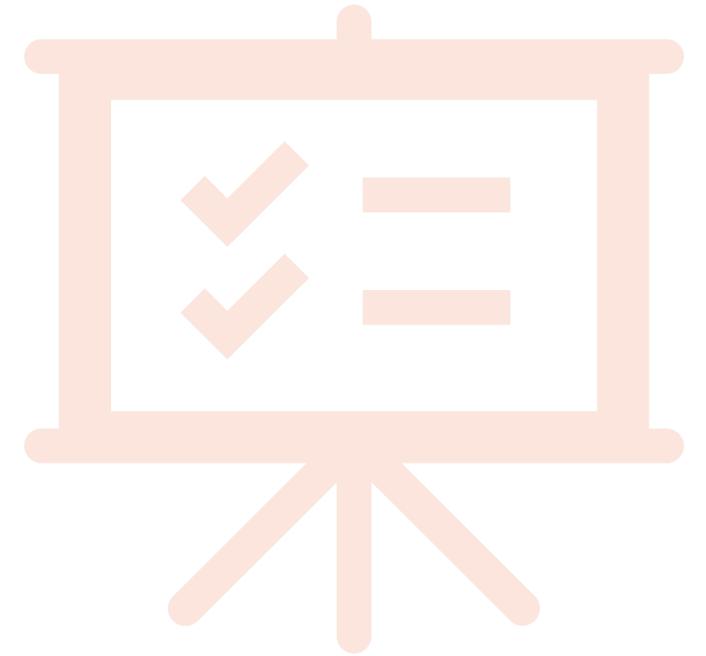
# Visual Merchandising

Sesión sincrónica 1



# Bienvenida y agenda

1. Práctica de bienestar
2. Explicación en contexto real
3. Análisis de las prácticas en la industria
4. Receso
5. Recapitulación del bloque 1
6. Explicación del tema con ejercicios prácticos
7. Cierre



# Práctica de bienestar

## Práctica #9



### Nombre: **Interacciones positivas**

Descripción: Reflexionarás sobre las cualidades positivas que aprecias de las personas con las que interactúas diariamente.

### Instrucciones:

El Psicólogo John Gottman sugiere que, para tener relaciones felices con alguna persona, es necesario aspirar a tener cinco interacciones positivas por cada interacción negativa que se tenga con ella. Enfócate en tus compañeros y/o colegas y piensa en las siguientes preguntas; en cada caso, anota ejemplos específicos.

- ¿Qué te atrajo de tus compañeros cuando se conocieron?
- ¿Qué cosas han disfrutado al hacerlas juntos?
- ¿Qué cosas realmente aprecias de ellos en este momento?
- ¿Cuáles son sus fortalezas?

# Temas



Tema 1. Teoría del *display design*

Tema 2. Categorías de productos y requisiciones de inventario

Tema 3. Clasificación de espacios comerciales



# Explicación en contexto real

¿Qué **líneas, espacios y formas** puedes encontrar en la siguiente exhibición?, ¿sabes cuáles son las razones mercadológicas? A estas bases se le llaman teoría del display design.

¿Cuánto más crees que exista dentro del almacén de cada uno de los productos?, ¿cómo se categorizan y agrupan los artículos dentro de la empresa?, ¿que pasillos y/o departamentos se encuentran cerca de la zona de frutas y verduras?

Para poder cumplir con la estrategia de visual merchandising es crucial que contemples dos requerimientos:

- Las categorías de productos.
- La requisición de inventario.



# Análisis de prácticas en la industria

Si estuvieras por remodelar un super mercado de la marca más posicionada del mundo, ¿modificarías la delimitación de sus espacios comerciales?

Dentro de la industria del retail, el visual merchandising se conforma de dos zonas básicas, en donde cada uno de los espacios comerciales tienen un objetivo y estrategia específica.

- Zonas calientes.
- Zonas frías.



# Análisis de prácticas en la industria

Una de las prácticas más comunes es intercalar los pasillos fríos y calientes para asegurar su recorrido.

- ¿Puedes identificar si el pasillo de pan es frío o caliente?
- ¿Cuál es el pasillo consecutivo?



# Receso

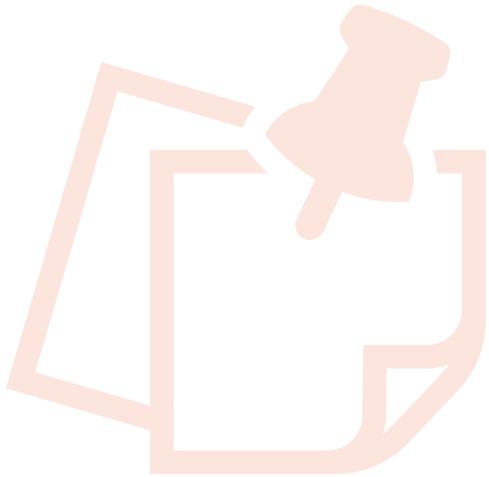


# Recapitulación del bloque 1

- ¿Cuáles son los fundamentos básicos de la teoría del display design?
- ¿Por qué dentro del visual merchandising se deben utilizar categorías en los productos?
- ¿Cómo se conforma una requisición de inventario?
- ¿Cómo se categorizan los espacios y zonas comerciales dentro de una tienda y cuáles son sus características y estrategias a seguir?



# Explicación de temas con ejercicios prácticos



## Zonas y más zonas

1. Reúnanse en grupos.
2. Enumeren el mayor número de zonas y/o pasillos de un supermercado.
3. Delimiten si corresponden a una zona caliente o una zona fría y argumenten el porqué.
4. Compartan en sesión plenaria.

# Explicación de temas con ejercicios prácticos



## Requisición de inventario

Se reunirán en equipos:

1. Observen el anaquel expuesto en la imagen.
2. Contesten las siguientes preguntas:
  - ¿Qué teoría del display se está utilizando?
  - ¿Cómo nombrarían la categoría de dichos productos y dónde deberían estar colocadas en una tienda departamental?
  - ¿Cuál consideran que sería el requerimiento de inventario para su óptima exhibición y funcionamiento?

# Cierre

- Reconocer los fundamentos de la teoría del display es un conocimiento básico para comprender las estrategias generales de la exhibición del producto.
- Tanto las zonas comerciales como las categorías de productos son elementos a considerar y delimitar previamente antes de iniciar el diseño de un visual merchandising.



**¡Gracias por tu atención!**



*Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio*

---

*Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio*

*La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.*