|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Título componente** | **Video Animado o Motion** | | |
| **Título del video** | Ejecución del *merchandising*. | | |
| **Texto descriptivo** |  | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **Escena 1** |  | Le damos la bienvenida al componente formativo “Ejecución de*l merchandising*” que contribuye al uso de elementos visuales y sensoriales del punto de venta, aplicando los principios del *merchandising* para diseñar espacios comerciales que fortalezcan la experiencia del cliente y potencien los resultados de venta | * Ejecución del *merchandising.* * Elementos visuales y sensoriales del punto de venta. * Fortalezcan la experiencia del cliente. * Potencien los resultados de venta. |
| **Escena 2** |  | En este espacio podrá explorar, comprender y aplicar los elementos claves de la ejecución del *merchandising* como lo son la organización de espacios para la ubicación de los productos, imagen de marca y experiencia visual, los cuales son de mucha importancia al momento de aplicarlos en el punto de venta. | * Explorar, comprender y aplicar los elementos claves * Organización de espacios para la ubicación de productos. * Imagen de marca. * Experiencia visual. |
| **Escena 3** |  | Comprenderá conceptos como los tipos de exhibiciones, activaciones y degustaciones y el *branding* y visual *merchandising* que ayudaran de manera efectiva a mejorar la manera de como presentar los productos y servicios logrando una experiencia de compra más eficiente. | * Tipos de exhibiciones. * Activaciones y degustaciones. * *Branding.* * *Visual merchandising.* |
| **Escena 4** |  | Finalmente se trabajará un caso de estudio donde se mostrará como las estrategias de exhibición influyen de manera directa en la experiencia de compra, facilitado la toma de decisiones frente a un mercado muy competitivo en constante cambio. | * Caso de estudio * Estrategias de exhibición influyen de manera directa * Facilitado la toma de decisiones |
| **Escena 6** |  | ¡Le invitamos a apropiarse de estos conceptos y aplicarlos con criterio para transformar un punto de venta en una experiencia! | * Transformar un punto de venta en una experiencia |