

# Módulo A: Definiciones y Conceptos Básicos

¿Hacemos la tienda para nosotros o para nuestro cliente?

## 1. Nuestro Cliente

- ¿Lo conocemos realmente?
- ¿Cómo es?
- ¿Qué es lo que está buscando?
- ¿Dónde se encuentra?
- ¿Cuál es su misión de compra?



## 2. ¿Cómo debe estar estructurada la tienda?

- De forma lógica para el cliente, no para nuestra lógica.
- La estructura de la tienda debe estar hecha para que el cliente recorra la mayor parte de ella.
- El esfuerzo de inversión de una tienda no debe enfocarse en hacer una tienda visualmente "bonita".



## 3. Principios básicos para estructurar nuestro local comercial

- Shopper Marketing
- Propuesta de Valor
- Misión de compra
- Gestión de Categorías
- Merchandising
- Psicología humana



"Una tienda bien estructurada mejora la experiencia de compra, incrementa el ticket de venta promedio y mejora el reabastecimiento y la gestión"

