

## PREGUNTAS T2 MARXANDATGE

1. Di los 4 niveles en el lineal. SABER QUÉ ES CADA UNO. AMPLIAR RESPUESTA.  
Nivel suelo, nivel superior, nivel medio, nivel inferior.

2.Cuál es la importancia del lineal para el autoservicio.  
Los productos deben estar exhibidos de la forma más adecuada para que el cliente elija libremente lo que desea.

3. A quién sustituye el lineal.  
Al vendedor.

4. Define la función del lineal.  
Normalmente se expresa en forma de objetivos:  
\*Atraer la atención del cliente.  
\*Permitir que el cliente exhiba y distribuya los productos.  
\*Facilitar la ubicación de los productos para seducir al cliente.  
\*Permitir la perfecta visualización de los productos por los clientes.  
\*Favorecer la libre preferencia de los clientes.  
\*Facilitar la compra.

5. Qué es el régimen de autoservicio.  
Sistema de compraventa de productos (generalmente de producto de consumo, aunque cada vez más otros productos) en el cual el cliente elige libremente lo que desea, lo va recogiendo y lo transporta hasta las cajas de salida, donde lo paga y lo retira.

6. Qué tipos de medición hay del lineal.  
1. lineal a ras de suelo (suma de la longitud de todos los lineales).  
2. lineal desarrollado (lineal a ras de suelo \* número de niveles de cada mueble).  
3. lineal completo.

7. Qué es el lineal mínimo? Y el lineal óptimo?  
Lineal mínimo: espacio destinado a un producto para que un cliente lo perciba en función de su velocidad en el establecimiento.  
Lineal óptimo: nivel de percepción óptima de los productos por los clientes (espacio óptimo, ni mucho ni poco, destinado a cada producto).

8. Qué se entiende por familia o línea de producto?  
Se entiende por familia o línea de productos aquellos que satisfacen teóricamente las mismas o similares necesidades, por ejemplo los tintes o los champús son familias o líneas de producto que deben situarse en la parte del lineal dedicada a los productos de cosmética capilar.

9. Cómo se estructura el surtido? Di como se divide en diferentes apartados (uno dentro del otro).  
Departamento.  
Sección.  
Familia o línea.  
Artículo o referencia.

10. En qué dimensiones puede medirse el surtido?

\*Amplitud del **surtido**: **mide** el número de familias de productos que ofrece el establecimiento.

\*Profundidad: El número de referencias o artículos específicos que existen en el establecimiento (en cada una de las familias).

\*Longitud: Número total de productos ( de referencias) del surtido.

11. Qué criterio atiende el comerciante para colocar productos en el lineal?

\*Criterios de ubicación física.

\*Criterios de resultados económicos y comerciales.

-Según el volumen de las ventas totales.

-Según los beneficios económicos que se estima recibir por el producto.

-Según el margen bruto de contribución del producto (ingresos por ventas menos costes variables).

\*Criterios de márketing.

-Según los datos ofrecidos después de haber realizado una investigación de mercado.

-Según el potencial de la marca de los productos.

12. Qué tipos de implantación de productos hay? SABER QUÉ ES CADA UNO.

\*Implantación horizontal: haciendo fila.

\* « vertical.

\* « cruzada.

\* « en malla.

\* « en vrac.

13. Qué criterios se tienen en cuenta al valorar un producto en el lineal?

El lineal debe parecer armonioso y equilibrado, induce al cliente a detenerse, mirar, tocar y llevarse el producto. El lineal tiene que ser claro y legible, se debe leer y comprender como un libro.

14. Qué es el facing?

Se llama facing a la superficie que ocupa una cantidad de producto en la primera fila.

15. Qué es el stock?

Se denomina stock de un producto a la cantidad de unidades de un producto que se exhiben para su compra más las que se almacenan internamente.

16. Qué hay que hacer para lograr el lineal óptimo?

Se debe atender a los factores de mejora que surjan y sobre todo no debería superar el 85% del lineal desarrollado.

17. Qué es la rotación?

En merchandising se llama rotación al número de veces que las existencias de un producto se renuevan en un período determinado. La rotación es un concepto vital.

18. Qué es el reaprovisionamiento?

La acción de reemplazar a tiempo y de reponer de manera adecuada los productos que, por haber sido comprado por los clientes, ya no están en el lineal.

19. Act. 2.3 p. 55