

GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

SKU: EVOL-3326-VNO-A | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Comercio y Marketing](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [75](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [3](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Aprender a estudiar el entorno de un local comercial para poder establecer las políticas de marketing más adecuadas.
- Conocer las pautas necesarias para un adecuado servicio al cliente, así como su correcta atención.
- Adquirir los conocimientos necesarios para llevar una apropiada gestión de las compras y de la caja del comercio.

Contenidos

UD1. Aplicación del Marketing al Comercio.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Concepto de marketing.
- 1.3. El plan de marketing.
- 1.4. Estudio del comercio y del entorno.
- 1.5. Definición de objetivos.
- 1.6. Políticas de marketing mix.

UD2. La comunicación en el pequeño comercio.

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Concepto de comunicación.
- 2.3. Publicidad.
- 2.4. Promoción de ventas.
- 2.5. Relaciones públicas.
- 2.6. Venta personal.

UD3. Merchandising.

- 3.1. Introducción.



- 3.2. Concepto de merchandising.
- 3.3. El merchandising para el fabricante y para el detallista.
- 3.4. Implantación del establecimiento.
- 3.5. Disposición del establecimiento.
- 3.6. La armonía de colores.
- 3.7. El exterior del comercio.

UD4. La animación del punto de venta.

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Ambientación del punto de venta.
- 4.3. Técnicas de animación.
- 4.4. Publicidad en el lugar de venta.
- 4.5. Los carteles.

UD5. Atención al cliente.

- 5.1. Introducción.
- 5.2. La atención al cliente es una labor personal.
- 5.3. Empatía e identificación.
- 5.4. Sustituir rutinas por actitudes significativas.
- 5.5. El conocimiento de los productos.
- 5.6. El cliente.
- 5.7. Seguimiento del cliente.
- 5.8. Conocimiento del cliente.
- 5.9. Tratamiento personal del cliente.
- 5.10. Objeciones, incidencias y reclamaciones de los clientes.
- 5.11. El teléfono.

UD6. El servicio al cliente.

- 6.1. Concepto e importancia del servicio al cliente.
- 6.2. Factores que influyen en los servicios que ofrecemos.
- 6.3. Tipos de servicios a clientes.
 - 6.3.1. Las entregas a domicilio.
 - 6.3.2. Envoltura para regalo y empaque.
 - 6.3.3. Modificaciones y arreglos en las prendas de vestir.
 - 6.3.4. Servicio de créditos.
 - 6.3.5. Servicios de reclamaciones, cambio y devoluciones.
 - 6.3.6. Servicios para comodidad de los clientes en sus compras.

UD7. Gestión de compras.

- 7.1. Las compras.
- 7.2. El surtido de productos.



- 7.2.1. Conceptos básicos.
- 7.2.2. ¿Cuáles serán las dimensiones del surtido?.
- 7.2.3. ¿Cuándo introducir o eliminar un producto?.
- 7.3. Selección de proveedores.
- 7.4. Gestión de stocks o de existencias.
 - 7.4.1. Concepto.
 - 7.4.2. ¿cómo evoluciona el stock en el tiempo?.
 - 7.4.3. ¿cómo hacer el pedido, cuándo y cuánto?.
- 7.5. La gestión del almacén.

UD8. El control de caja.

- 8.1. Las cajas registradoras.
- 8.2. Códigos de barra.
- 8.3. Los terminales de punto de venta (T.P.V.).

