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.).