

Gestión del Punto de Venta

Modalidad: Teleformación

Duración: 80 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

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.

Índice

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.

¹ Una vez superado el curso

- 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.).