

GESTIÓN DE TIENDAS

- Adquirir los conocimientos necesarios, que permitan al encargado de tienda planificar la actividad administrativo-comercial y supervisar las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta, así como coordinar al personal del establecimiento.
- Describir la importancia de la gestión de tiendas a través de la identificación de las unidades de aprendizaje que se van a estudiar a lo largo de la acción formativa.
- Aprender conocimientos básicos del área comercial de una tienda.
- Identificar la función directiva del jefe de tienda y la motivación de los vendedores.
- Mejorar el servicio de atención al cliente en la función de venta del vendedor de una tienda.
- Gestionar el punto de venta organizando, controlando y analizando las ventas y determinando precios y márgenes.
- Aprender la gestión de compras como una de las funciones básicas de la actividad comercial.
- Aprender qué es el merchandising y los diferentes tipos de compras existentes.
- Conocer las posibilidades y facilidades que ofrece internet como canal de ventas.
- Aprender a gestionar los conflictos y las reclamaciones de los clientes.

Temario

Duración: 60 horas

Introducción: Gestión de tiendas

Áreas o departamentos que tener en cuenta en la gestión de tiendas

Área comercial

El área de recursos humanos

Atención al cliente

Gestión del punto de venta

Gestión de compras

Merchandising: concepto y tipos de compra

Internet como canal de venta

Conflictos y reclamaciones de clientes

Área comercial

Política comercial

Área gestión y administración económica

Plan de ventas

Cuenta de explotación

Balance provisional

Sistemas informáticos

Área de recursos humanos

La función directiva del jefe de tienda

Motivación de los vendedores

Atención al cliente

Formación en venta asistida
Eficacia comercial
El proceso de la comunicación
La comunicación en la venta
Métodos de venta
El rol del vendedor
El vendedor de comercio
El proceso de la venta
La preparación y la introducción en el proceso de la venta
Técnica de apoyo en la venta: fase de desarrollo
Técnica de finalización del proceso de la venta: cierre y seguimiento

Gestión del punto de venta

El punto de venta y su imagen
Organización, control y análisis de ventas
Márgenes y precios

Gestión de compras

Gestión de stocks
Gestión de ventas: arqueado de caja
Sistemas de gestión informatizada
Control de la gestión comercial

Merchandising: Concepto y tipos de compra

Disposición del punto de venta
Percepción de los colores
Iluminación

Internet como canal de venta

Las relaciones comerciales a través de internet
Utilidades de los sistemas online
Modelos de comercio a través de internet
Servidores online
El internauta como cliente potencial y real
Criterios comerciales en el diseño de las páginas web
Tiendas virtuales
Medios de pago en internet

Conflictos y reclamaciones de clientes

Definición y tipos de conflictos
Tipos de reacciones por parte de la clientela ante un conflicto
Gestión de los conflictos y reclamaciones de clientes
La hoja de reclamaciones