

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

- 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.

### CONTENIDOS

#### Introducción: Gestión de tiendas

Introducción

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

Resumen

#### Área comercial

Introducción

Política comercial

Área gestión y administración económica

Plan de ventas

Cuenta de explotación

Balance provisional

Sistemas informáticos

Resumen

#### Área de recursos humanos

Introducción [www.criteria.es](http://www.criteria.es) | [info@criteria.es](mailto:info@criteria.es) | MAD: 91 571 21 39 | BCN: 93 265 26 77

La función directiva del jefe de tienda

## **Atención al cliente**

Introducción

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

Resumen

## **Gestión del punto de venta**

Introducción

El punto de venta y su imagen

Organización, control y análisis de ventas

Márgenes y precios

Resumen

## **Gestión de compras**

Introducción

Gestión de stocks

Gestión de ventas: arqueado de caja

Sistemas de gestión informatizada

Control de la gestión comercial

Resumen

## **Merchandising: Concepto y tipos de compra**

Introducción

Disposición del punto de venta

Percepción de los colores

Iluminación

Resumen

## **Internet como canal de venta**

Introducción

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

Resumen

## **Conflictos y reclamaciones de clientes**

Introducción

Definición y tipos de conflictos

Tipos de reacciones por parte de la clientela ante un conflicto

Gestión de los conflictos y reclamaciones de clientes

