

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Determinar y aplicar las estrategias básicas de atención y de calidad en el servicio, propias de pequeños comercios, conforme a la normativa aplicable, códigos de buenas prácticas y respeto medioambiental. Establecer la política del pequeño comercio en cuanto a la utilización de la Web como escaparate virtual de la tienda, mecanismo de comunicación con los clientes y medio de comercialización de los productos y servicios adicionales ofertados.

CONTENIDOS

UD1. Comercio de proximidad. 1.1. Horarios comerciales. 1.2. Conciliación de la vida familiar, laboral y personal en los Pequeños Comercios. 1.3. Asistencia Posventa. 1.4. Pautas de atención y asesoramiento al cliente propio del Pequeño Comercio. 1.5. Servicios complementarios a la venta. UD2. Comercio de calidad. 2.1. Calidad en el pequeño comercio. 2.2. Implantación y Gestión de Sistemas de Calidad en el pequeño comercio. 2.3. Entidades de certificación de Sistemas de Calidad, específicas del comercio. 2.4. Códigos de buenas prácticas comerciales. UD3. Estrategias de diferenciación del pequeño comercio sostenible. 3.1. Política de devoluciones en el Pequeño Comercio. 3.2. Web y su uso por el Pequeño Comercio. 3.3. Medidas de eficiencia energética en el Pequeño Comercio. 3.4. Gestión de residuos, envases y embalajes aplicados en Pequeños Comercios.

