



COMM090PO. Optimización comercial en el pequeño comercio

Sku: PS770

Horas: 35

Formato: HTML

OBJETIVOS

Definir los elementos clave necesarios para optimizar y renovar el pequeño comercio y conferirle una dimensión comercial que haga posible incrementar sus ventas, así como facilitar la toma de decisiones que permitan la reestructuración y actualización de sus respectivos establecimientos.

CONTENIDOS

1. TÉCNICA COMERCIAL 1.1. La investigación comercial y el sistema de investigación de mercado (SIM). 1.2. Cómo atraer a los clientes. **2. MERCHANDISING** 2.1. Cómo mejorar y perfeccionar las habilidades comerciales: vender mejor. 2.2. 59 de venta. 2.3. Técnicas de venta. 2.4. Cómo distribuir el punto de venta. 2.5. Cómo mejorar la eficacia del Escaparate. **3. CLIENTES** 3.1. Importancia del cliente. 3.2. Identificar sus expectativas para estructurar la estrategia de venta. 3.3. Como tratar cada tipo de cliente. 3.4. Garantizar la fidelidad de los clientes. **4. OPTIMIZAR LA EFICACIA COMERCIAL DEL PUNTO DE VENTA MEDIANTE EL MARKETING** 4.1. Estrategia corporativa. 4.2. El Plan de Marketing Operativo. 4.3. Objetivos estratégicos de la fijación de precios. 4.4. Tendencias de la Organización de Ventas. **5. TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS DE APROVISIONAMIENTO Y CONTROL DE STOCKS** 5.1. Organización interna. 5.2. Logística. **6. UTILIZACIÓN DE INTERNET Y TIC'S PARA AUMENTAR LAS VENTAS** 6.1. Internet. 6.2. Utilización de las TIC'S.