



COMT111PO. Gestión de tiendas.

Sku: 505661N

Horas: 100

Formato: HTML

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

- **Unidad 1. 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
- **Unidad 2. Área comercial.**
 - Introducción
 - Política comercial
 - Área gestión y administración económica
 - Plan de ventas
 - Cuenta de explotación
 - Balance provisional
 - Sistemas informáticos
 - Resumen
- **Unidad 3. Área de recursos humanos.**
 - Introducción
 - La función directiva del jefe de tienda
 - Motivación de los vendedores
 - Resumen
- **Unidad 4. 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
- **Unidad 5. Gestión del punto de venta.**
 - Introducción
 - El punto de venta y su imagen
 - Organización, control y análisis de ventas
 - Márgenes y precios
 - Resumen

- **Unidad 6. Gestión de compras.**
 - Introducción
 - Gestión de *stocks*
 - Gestión de ventas: arqueado de caja
 - Sistemas de gestión informatizada
 - Control de la gestión comercial
 - Resumen

- **Unidad 7. Merchandising: Concepto y tipos de compra.**
 - Introducción
 - Disposición del punto de venta
 - Percepción de los colores
 - Iluminación
 - Resumen

- **Unidad 8. 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

- **Unidad 9. 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
 - La hoja de reclamaciones
 - Resumen