

## Gestión de tiendas

Modalidad: curso e-Learning Duración: 100 horas

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  
La función directiva del jefe de tienda  
Motivación de los vendedores  
Resumen

## **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: arqueo 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

La hoja de reclamaciones

Resumen