

Carval Formacion sl

CUM LAUDE

CURSO DE GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

5.0 1 opinión

Curso · A Distancia

189 € IVA inc.

Fortalece tus habilidades como gestor de punto de venta

Tipología	Curso
Nivel	Nivel intermedio
Metodología	A distancia
Horas lectivas	300h
Duración	3 Meses
Inicio	Fechas a elegir
Envío de materiales de aprendizaje	Sí
Servicio de consultas	Sí
Tutor personal	Sí

Con este curso de Gestión del Punto de Venta aprenderás todo lo que necesitas saber para que la gestión del punto de venta se haga de forma correcta y eficaz, podrás estudiar cuestiones como la forma de aplicar el marketing a un negocio; cómo desarrollar correctamente el merchandising; qué técnicas seguir para animar las ventas o cómo ofrecer un servicio óptimo a los clientes, entre otras cuestiones.

Formamos profesionales que buscan desarrollar una visión estratégica innovadora para alcanzar los objetivos comerciales de una organización, diseñando y estructurando un plan y equipo de ventas, acorde a las realidades y desafíos actuales del mercado. Para realizar el curso de “Gestión del punto de venta”, se requiere tener el enfoque para poder adquirir conocimientos de administración y obtendrá experiencia en gestión comercial, y haber en el liderazgo de un área o línea de ventas.

Aumenta tus competencias y solicita más información en Emagister.com, recibirás atención personalizada para iniciar el proceso de matriculación y aumentar tus posibilidades

Instalaciones y fechas

A distancia

INICIO

Fechas a elegir

Matrícula abierta

A tener en cuenta

¿Cuáles son los objetivos de este curso?

Preguntas & Respuestas

Opiniones

Elimane Ndiaye

5.0 25/10/2009

Opinión verificada

Lo mejor: La relación calidad-precio es excelente. El material del curso es bastante completo e interesante.

A mejorar: Nada.

¿Recomendarías este curso?: Sí

*Todas las opiniones recogidas por Emagister & iAgora han sido verificadas

Logros de este Centro



¿Cómo se consigue el sello CUM LAUDE?

Materias

Gestión de ventas

Ventas

Comercio y marketing

Merchandising

Punto de Venta

Gestión de compras

Servicio al cliente

Control de caja

Comunicación

Atención al cliente

Marketing

Publicidad

Gestión

Selección de proveedores

Animación del Punto de Venta

Gestión de stock

Conocimiento del cliente

Gestión del punto de venta

Políticas de marketing mix

Empaque

Estudio del comercio

Servicio de créditos

Surtido de producto

Terminales de punto de venta

Profesores

Pilar Carvajal

TUTOR

Temario

UNIDAD DIDÁCTICA 1. APLICACIÓN DEL MARKETING AL COMERCIO

Introducción

Concepto de marketing

El plan de marketing

Estudio del comercio y del entorno

Definición de objetivos

Políticas de marketing mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN EL PEQUEÑO COMERCIO

Introducción

Concepto de comunicación

Publicidad

Promoción de ventas

Relaciones públicas

Venta personal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MERCHANDISING

Introducción

Concepto de merchandising

El merchandising para el fabricante y para el detallista

Implantación del establecimiento

Disposición del establecimiento

La armonía de colores

El exterior del comercio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Introducción

Ambientación del punto de venta

Técnicas de animación

Publicidad en el lugar de venta

Los carteles

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE

Introducción

La atención al cliente es una labor personal

Empatía e identificación

Sustituir rutinas por actitudes significativas

El conocimiento de los productos

El cliente

Seguimiento del cliente

Conocimiento del cliente

Tratamiento personal del cliente

Objeciones, incidencias y reclamaciones de los clientes

El teléfono

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL SERVICIO AL CLIENTE

Concepto e importancia del servicio al cliente

Factores que influyen en los servicios que ofrecemos

Tipos de servicios a clientes

Las entregas a domicilio

Envoltura para regalo y empaque

Modificaciones y arreglos en las prendas de vestir

Servicio de créditos

Servicios de reclamaciones, cambio y devoluciones

Servicios para comodidad de los clientes en sus compras

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE COMPRAS

Las compras

El surtido de productos

Conceptos básicos

¿Cuáles serán las dimensiones del surtido?

¿Cuándo introducir o eliminar un producto?

Selección de proveedores

Gestión de stocks o de existencias

Concepto

¿cómo evoluciona el stock en el tiempo?

¿cómo hacer el pedido, cuándo y cuánto?

La gestión del almacén

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONTROL DE CAJA

Las cajas registradoras

Códigos de barra

Los terminales de punto de venta (TPV