

FACTORES DE ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

Denominación: FACTORES DE ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

8. CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. EL FACTOR IMAGEN COMERCIAL.

- 1.1. La comunicación y la imagen comercial.
- 1.2. Las zonas exteriores del punto de venta.
- 1.3. Las zonas interiores del punto de venta.

2. EL FACTOR CLIENTE.

- 2.1. ¿Quiénes son sus clientes?
- 2.2. ¿Qué crea insatisfacción?
- 2.3. ¿Qué puede aprender de las quejas de sus clientes?
- 2.4. ¿Qué motiva el comportamiento del cliente?
- 2.5. ¿Cómo se responde de forma positiva?
- 2.6. ¿Qué papel juegan las emociones?
- 2.7. Descubramos las necesidades de nuestros/as clientes/as.
- 2.8. La comunicación es la clave.

3. EL FACTOR COMPRA.

- 3.1. Concepto de mercado.
- 3.2. Tipos de mercado.
- 3.3. El comportamiento del consumidor ¿Qué, quién, por qué, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
- 3.4. Diferencias entre el comprador y el consumidor.
- 3.5. Tipos de clientes y unidades de consumo.
- 3.6. Determinantes externos el comportamiento del consumidor.
- 3.7. La segmentación de mercados y los puntos de venta, especialización de los establecimientos comerciales.
- 3.8. Impacto del merchandising en el proceso de decisión del compra y el comportamiento del consumidor.
- 3.9. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos.

4. EL FACTOR PRECIO.

- 4.1. El concepto del producto.
- 4.2. Clasificación de los productos. Diferenciación del producto.
- 4.3. Calidad del producto.
- 4.4. Diseño y desarrollo del producto.
- 4.5. Decisiones sobre el precio.
- 4.6. El concepto de precio: El precio como concepto de marketing.
- 4.7. Condicionantes en la fijación de precios.
- 4.8. Métodos de fijación de precios. Estrategia de precios.

5. EL FACTOR RECURSOS HUMANOS.

- 5.1. Cualidades del vendedor.
- 5.2. Motivaciones profesionales.
- 5.3. Medios de comunicación.
- 5.4. Evaluación de sí mismo.
- 5.5. Técnicas de afirmación de la personalidad.
- 5.6. Nociones de psicología aplicada a la venta.
- 5.7. La venta y su desarrollo.

6. EL FACTOR RENTABILIDAD.

- 6.1. Introducción: Los factores de rentabilidad de un comercio.
- 6.2. La localización.
- 6.3. La rotación.
- 6.4. La fidelización.
- 6.5. La ocasionalidad.
- 6.6. La interdependencia.