



ÁREA: COMERCIO

MERCHANDISING Y TERMINAL PUNTO DE VENTA

80 horas

OBJETIVOS:

OBJETIVOS GENERALES:

- Proporcionar a los participantes formación de especialización de nivel superior en materias que capacitan para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de gestión para organizar la implantación de las técnicas de merchandising en los puestos de trabajo.
- Dar a conocer al alumno el significado y el conjunto de técnicas de merchandising para su implantación en el establecimiento.
- Enseñar a los participantes las características de una buena atención y servicio al cliente a través del conocimiento del producto y del cliente y contribuir a su reciclaje.
- Adaptar la cualificación de los trabajadores a los cambios que se producen en los ámbitos laboral y social profundizando en el conocimiento de aquellas actitudes que promueven un uso respetuoso de los recursos naturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Aclarar conceptos básicos relacionados con la distribución y los intermediarios.
- Enseñar a los empleados cómo deben realizar la implantación de las técnicas de merchandising en su establecimiento (secciones, pasillos, lineales, cabeceras, mobiliario, colores) para combinar los puntos calientes y puntos fríos.
- Facilitar los conocimientos necesarios para la publicidad y la promoción en el punto de venta (medios publicitarios, mensaje, técnicas de promoción).
- Enseñar a los participantes las características de una buena atención y servicio al cliente a través del conocimiento del producto y del cliente.
- Dotar a los participantes de instrumentos adecuados para la gestión de compras, controlar los movimientos de mercancías en los almacenes y la gestión de stocks y los procesos de distribución de los pedidos.
- Transmitir a los trabajadores conocimientos sobre el manejo de cajas registradoras, terminal punto de venta, cobro de ventas, atención de dudas y reclamaciones, cierre de caja, arqueo, emisión de facturas, etc. para optimizar el trabajo en el punto de venta.



ÍNDICE:

TEMA 1. EL COMERCIO

- 1.1. Introducción
- 1.2. La distribución
- 1.3. Los intermediarios

TEMA 2. LA ORIENTACIÓN Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

- 2.1. La orientación hacia el cliente
- 2.2. Definición del negocio y segmentación del mercado
- 2.3. La combinación del marketing
- 2.4. La imagen de la tienda
- 2.5. La localización del establecimiento

TEMA 3. EL MERCHANDISING

- 3.1. El merchandising
- 3.2. El merchandising para el fabricante y para el detallista
- 3.3. La implantación del establecimiento
- 3.4. Estudio del lineal
- 3.5. La disposición del establecimiento
- 3.6. El exterior de la tienda

TEMA 4. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- 4.1. La publicidad. Concepto
- 4.2. Decisiones a tomar
- 4.3. Objetivos
- 4.4. Presupuestos
- 4.5. Los medios usados en publicidad
- 4.6. El mensaje publicitario
- 4.7. La promoción en el punto de venta
- 4.8. Técnicas de promoción de ventas

TEMA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE

- 5.1. Introducción
- 5.2. La atención al cliente es una labor personal
- 5.3. Empatía e identificación
- 5.4. Sustituir rutinas por actitudes significativas
- 5.5. El conocimiento de los productos
- 5.6. El cliente
- 5.7. Seguimiento del cliente
- 5.8. Conocimiento del cliente
- 5.9. Tratamiento personal del cliente
- 5.10. Objeciones, incidencias y reclamaciones de los clientes
- 5.11 El teléfono



TEMA 6. EL SERVICIO AL CLIENTE

- 6.1. Concepto e importancia del servicio al cliente
- 6.2. Factores que influyen en los servicios que ofrecemos
- 6.3. Tipos de servicios a clientes

TEMA 7. GESTIÓN DE COMPRAS

- 7.1. Las compras
- 7.2. El surtido de productos
- 7.3. Selección de proveedores
- 7.4. Gestión de stocks o de existencias
- 7.5. La gestión del almacén

TEMA 8. EL CONTROL DE CAJA

- 8.1. Las cajas registradoras
- 8.2. Códigos de barra
- 8.3. Los terminales de punto de venta (TPV)

ANEXO