

Actividades Auxiliares de Comercio. Shopper Marketing & Retail



DURACIÓN

150 horas . De lunes a viernes 15:00 a 20:00 h.

Inicio el 1 de febrero al 14 de marzo de 2023

LUGAR

Centro de Formación Capitol Empresa

C/ Ribera, 16 - 46002 Valencia

Contacto: M^a José Arauzo

marauzo@imf-capitol.com

Teléfono: 963517177

- Reposición y acondicionamiento del punto de venta
- Atención e información protocolarizada y estructurada al cliente
- Actividades de caja
- Reparación de pedidos, etc



METODOLOGÍA

Sesiones teórico-prácticas



PRECIO

Gratuito



TITULACIÓN OBTENIDA

- Diploma acreditativo
- Carnet de manipulador de alimentos de comercio y alérgenos

DIRIGIDO A

Aquellos jóvenes, beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, que quieren formarse para trabajar en el sector del comercio y marketing.



OBJETIVOS

Proporcionar a los jóvenes las herramientas y conocimientos necesarios que les permita realizar con profesionalidad aquellas actividades propias de un auxiliar de comercio:

Programa

Módulo 0. FORMACIÓN COMÚN

EMPLEABILIDAD Y HABILIDADES SOCIALES (40 h)

Módulo 1. Habilidades personales

Módulo 2. Habilidades sociales

Módulo 3. Habilidades para la empleabilidad

HERRAMIENTAS SOCIAL MEDIA PARA LA BÚSCUEA DE EMPLEO (25 h)

Módulo 1. Desarrollo de la Marca Personal para el empleo y redes de contacto

Módulo 2. Habilidades mínimas para la búsqueda de empleo en Internet

Módulo 3. Taller redes sociales y empleo

Módulo 4. Taller Vídeo Currículum y Vídeo Conferencia

Módulo 5. Taller simulación proceso de selección a través de herramientas social media

Módulo I. FORMACIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA

Módulo I. El entorno de la distribución comercial

1. Análisis del sector retail

- Factores clave que afectan al entorno
- Conceptos básicos del canal de distribución
- Retos del sector: Comercio conectado
- Propuestas innovadoras en retail

2. Conceptos clave y de éxito en la estrategia retail

- Localización
- Target
- Estrategias competitivas en retail: Estrategia de diferenciación, segmentación y posicionamiento. Diferenciación tecnológica. Liderazgo en costes
- Identidad Corporativa
- Estrategia omnicanal

Módulo II. Habilidades y Técnicas para atender al cliente eficazmente

1. Shopper marketing

- Identificar y comprender al cliente actual
- El cliente como centro del proceso
- Necesidades y Expectativas
- Concepto de Satisfacción
- Tendencias y nuevos hábitos de consumo
- Proceso de compra y motivaciones emocionales del cliente

2. Comunicación del servicio

- Establecer las bases de Comunicación
- Comunicar para potenciar la percepción del Cliente
- Mejorar la Comunicación

3. Técnicas de Venta y negociación

4. ¿Cómo tratar las quejas y reclamaciones?

- ¿Para qué reclama un cliente?
- Lo que nunca se debe hacer ante una reclamación
- ¿Son buenas las reclamaciones?
- Implantación en la empresa de un sistema eficaz de atención de quejas y reclamaciones

5. Importancia de una adecuada atención telefónica.

Módulo III. Las operaciones de caja en la venta. Caja y equipos utilizados en el cobro y pago de operaciones de venta.

Módulo IV. Manipulación de alimentos

Módulo V. Merchandising. Gestión rentable del producto en el punto de venta

1. Organización del punto de venta

- Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos
- Arquitectura exterior
 - Escaparate. Prácticas actuales y tendencias
 - Taller práctico escaparatismo
- Arquitectura interior
 - Comportamiento del cliente en el punto de venta: entrada, recorrido y salida
 - Zonas frías y zonas calientes
- Composición de la oferta comercial: Política de surtido, categorías de productos, marcas y servicios
- Orden y limpieza en el punto de venta
- Normas de seguridad e higiene en el punto de venta

2. Animación del punto de venta

- Factores básicos de animación del punto de venta: mobiliarios, iluminación, señalización,...
- Equipo y mobiliario comercial básico
- Presencia visual de productos en el lineal
- Calentamiento de zonas frías en el punto de venta
- La publicidad en el punto de venta: expositores, carteles, displays,...
- Promociones en el punto de venta
- Staffing. El personal como elemento diferenciador

Módulo VI. Tecnología y Retail

1. Social Media en entorno omnicanal

- Estudio del perfil del internauta y su comportamiento en redes sociales
- Qué redes sociales debemos incorporar a nuestra estrategia omnicanal
- Cómo sacar partido a las RS: Marketing de contenidos.

2. Pasos a seguir para crear una tienda Online

- Plataformas e-Commerce
- Ergonomía y Diseño web
- Posicionamiento web
- Analítica web
- Dropshipping: cómo gestionar el stock en tu e-Commerce
- M-Commerce (Móvil commerce)

A lo largo del curso los alumnos crearán un comercio con una estrategia de marketing retail multicanal, es decir, implantarán la tienda física y la tienda online.