

GESTIÓN INTEGRAL DEL PUNTO DE VENTA

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

PROGRAMA AVANZADO – 40 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing y Ventas

OBJETIVOS

- » Aportar los conocimientos necesarios para la gestión integral del punto de venta y determinar los factores clave de éxito.
- » Aportar herramientas sencillas que les permita poner, rápidamente en práctica, los temas tratados en aula.

PROGRAMA - FASES

- » Planificación y análisis del mercado.
- » Técnicas de venta en la tienda.
- » Merchandising y promociones.
- » La atención al cliente.
- » Las ventas y la gestión de stocks.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores o responsables de los departamentos de marketing y/o comercial de empresas fabricantes, a los departamentos de marketing, comercial, compras, producto, etc. de empresas distribuidoras, así como a personas con responsabilidad comercial en superficies comerciales.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*