



video
bienvenida



módulo 1
e-learning



módulo 2
e-learning



módulo 3
e-learning



módulo 4
e-learning



módulo
presencial

GESTIÓN DE PUNTOS DE VENTA Y PLANIFICACION COMERCIAL

> OBJETIVOS DEL CURSO

- Entregar conocimiento para dirigir mejor un equipo comercial, medir en base a los objetivos trazados.
- Entregar una visión estratégica de la Planificación Comercial con la finalidad de levantar oportunidades de negocios con sus clientes.
- Tener las definiciones claves de un plan de negocios y del entorno competitivo del mercado.
- Conseguir que los participantes adquieran conocimiento y herramientas concretas para la creación y desarrollo de la Planificación Comercial en sus equipos de trabajo y como realizar la ejecución táctica en el punto de venta.

- Aprender los conceptos, variables claves, de modo práctico y concreto que permitan desarrollar destrezas en la gestión efectiva en la administración y gestión de las tiendas.

> Este curso te prepara para:

- Aprender los conceptos, variables claves, de modo práctico y concreto que permitan desarrollar destrezas en la gestión efectiva para la creación, administración y ejecución de los Planes comerciales.
- Identificar las acciones y las variables tácticas para ejecutar la estrategia y el plan comercial en los puntos de ventas.

> CONTENIDO CURSO ONLINE

Módulo 1: Planificación comercial

Comprender y definir los puntos clave para elaborar un plan comercial.

- Planificación Estratégica de la Empresa y sus alcances para la Planificación Comercial.
- Determinar los Objetivos Comerciales
- Pasos y variables claves para ejecutar una planificación comercial
- Visión estratégica de productos y servicios dentro de la cadena de valor en la organización.
- Modelo práctico de estructura de un plan. Modelos OMEA.

Módulo 2: Indicadores de desempeño, Fijación de Objetivos y Generación de Demanda

Comprender las claves para la medición de los planes y de los objetivos de ventas.

- KPI's o indicadores de gestión para medir el desempeño y logros del equipo comercial.
- Prospección de proyectos, seguimiento y cierre de las oportunidades de negocios.
- Modelo simple de la fijación de Objetivos comerciales.
- Modelo SMART. Como definición de objetivos a los planes comerciales.
- Taller de ejercicios prácticos aplicados.

Módulo 3: Variable claves de Administración del Merchandising

Gestionar la ejecución de las estrategias comerciales y las herramientas de Merchandising.

- Conceptos y Funciones del Merchandising.
- Merchandising Aplicado al Pto. de Venta.
- Estrategias de Respuesta Eficiente al Consumidor(ECR) como proceso colaborativo en el retail.
- Integrando la cadena logística con el punto de venta.
- Roles de los productos, Estrategias y fundamentación Táctica en el punto de venta.

Módulo 4: Variable claves de la Gestión del Punto de Venta

Gestionar la ejecución de las estrategias comerciales en la implementación en el punto de venta.

- Conducta del consumidor y decisiones de compra en el punto de venta.
- Canales de Percepción del shopper y consumidores
- Lay out y presentación de productos en la Tienda
- Promociones y comunicación en el punto de venta
- Responsabilidades claves y medición de la reposición en el punto de venta



Profesor
**PABLO
BARBERIS**

Ingeniero comercial, con postítulo en marketing estratégico, marketing digital y posformación en retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación de Scrum Alliance en metodología ágil y scrum master.

Cuenta con más de 23 años de experiencia liderando gerencias generales y comerciales en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, servicios y tecnología en empresas nacionales e internacionales, tanto en Chile como en Latinoamérica.

Director de empresas y subdirector del Área Consultoría de Unegocios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Director académico y docente para el desarrollo de ejecutivos en temas de planes de negocios y análisis de los mercados, planificación estratégica, transformación digital, retail, gestión de la innovación, canales de distribución, marketing avanzado y desarrollo de productos. Speaker nacional e internacional en temas relacionados.

Valor: \$280.000

Horas: 28 hrs. on line + clase presencial de 4 hrs.

Fecha inicio: 20/11/2019

Fecha término: 17/12/2019

Clase presencial: sábado 21/12/2019 de 09:30 a 13:30 hrs.