



Curso Online de **Marketing Retail** Offline y Online

Estrategias y herramientas de Retail Marketing para lograr el éxito del negocio mediante la gestión integral de la empresa con foco en el cliente.


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Marketing Retail Offline y Online

Presentación

Desde hace varios años, el mundo del retail se ha visto implicado en un gran ambiente competitivo, lo que ha obligado a las empresas a especializarse en funciones que las diferencie.

En este curso aprenderemos a diseñar e implantar estrategias de marketing basadas en la diferenciación y con foco en el cliente, los tipos de consumidores que existen en el sector, así como las estrategias de posicionamiento, precio, producto y branding. Debido a la evolución y dinamismo que ha experimentado este sector en los últimos años y a las tendencias y cambios que se avecinan en el futuro, como es el crecimiento del negocio online, y los cambios en el comportamiento del consumidor producto de la irrupción tecnológica en la que vivimos; conocer este negocio resulta una herramienta indispensable para todo profesional que trabaja en una empresa retail o en una B2B o que tenga alguna relación comercial con el negocio de venta al detalle.

Asimismo, el curso desarrolla en el participante habilidades como el análisis de la información, negociación y toma de decisiones a fin de contribuir a la generación de valor en una organización retail. Tendrá la oportunidad de experimentar, desde la concepción estratégica del modelo hasta la gestión de la experiencia del consumidor, pasando por el desarrollo del plan de Marketing Retail, su aplicación en el Punto de Venta, ya sea físico o virtual (e-commerce), logística y compras, procesos de gestión del punto de venta, RRHH y en definitiva, todas las áreas de la empresa que intervienen en la gestación del modelo.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Marketing Retail Offline y Online

Objetivos del curso:

- Construir una cultura de la organización con centro en el cliente.
- Entender la omnicanalidad mediante la adecuada combinación de los canales offline y online.
- Conocer las características del nuevo shopper y su comportamiento de compra.
- Diseñar las herramientas para la obtención y análisis de información del cliente.
- Qué nuevas estrategias deben llevar a cabo las empresas para satisfacer al nuevo consumidor.
- Generar estrategias de retención y fidelización.
- Conocer la evolución del Retail y las nuevas tendencias emergentes.
- Qué tres características indispensables debe tener una marca de Retail.
- Identificar los puntos de relevancia a la hora de diseñar una adecuada experiencia de compra online.
- Cómo generar contenido de valor para crear experiencias de compra notables.
- Por qué beneficia optimizar los puntos de contacto online con los clientes.
- Conocer los indicadores de gestión para medir la eficiencia de nuestro negocio en la tienda física y cómo mejorarlos para obtener buenos resultados.
- Qué tipos de KPIs se pueden utilizar en el sector retail y qué información generará cada uno de ellos.
- Utilizar indicadores de gestión para el análisis de resultados y proyecciones a futuro.

“ El Marketing Retail abarca todo tipo de estrategias a corto y largo plazo para lograr un aumento en las ventas y la fidelización del cliente”

Dirigido a:

Empresarios de establecimientos minoristas así como a todos aquellos profesionales vinculados a este sector, Responsables de Marketing y Merchandising, Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Logística Comercial y cualquier persona interesada en conocer las aplicaciones del marketing retail en los establecimientos. Válido también para todos aquellos profesionales vinculados al sector que deseen obtener una visión cualitativa y profesional y quieran ir más allá en las estrategias de fidelización como herramienta para rentabilizar y potenciar el negocio.

Marketing Retail Offline y Online

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

10 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Marketing Retail Offline y Online



Contenido del Curso

MÓDULO 1. El negocio del Retail: pasado, presente y futuro

3 horas

La palabra Retail tiene su origen en Inglaterra y es utilizada para describir el comercio al detalle, es decir, la venta de productos al consumidor final.

- 1.1. El producto como commodity.
- 1.2. Valor vs precio.
- 1.3. Modelo de negocio del retail.
- 1.4. Experiencia de compra.
- 1.5. Highlights del módulo.

MÓDULO 2. El nuevo shopper

3 horas

Junto con los cambios que hemos experimentado en los últimos años gracias a la digitalización y el acceso a la información, el Retail se encuentra ante un gran desafío: entender, atender y satisfacer a un nuevo consumidor.

Las necesidades, exigencias y formas de consumir han dado un giro de 180° y las empresas que no acompañan este nuevo paradigma quedarán obsoletas.

- 2.1. Proceso de compra:
 - 2.1.1. Actores e influenciadores.
- 2.2. Hábitos y motivaciones.
- 2.3. La importancia de la información:
 - 2.3.1. Gestión de base de datos.
- 2.4. Highlights del módulo.

Marketing Retail Offline y Online

MÓDULO 3. La compra

3 horas

El comportamiento de compra ha cambiado para siempre. El producto dejó de ser el rey del negocio del Retail y, en la actualidad, la emoción juega un rol preponderante en el éxito de las transacciones.

- 3.1. Qué compra el cliente:
 - 3.1.1. Compra vs venta.
- 3.2. Gestión de stocks.
- 3.3. Manejo comercial del producto.
- 3.4. Highlights del módulo.

MÓDULO 4. Punto de venta

18 horas

La Gestión del Punto de Venta (GPV) es la clave para el desarrollo de las ventas. En la actualidad, el punto de venta ya no es únicamente un lugar de transacciones sino un espacio que despierta emociones.

- 4.1. Operación y gestión.
- 4.2. Generación de valor.
- 4.3. Layout y exhibición:
 - 4.3.1. Layout.
 - 4.3.2. Exhibición:
 - 4.3.2.1. Exhibición primaria.
 - 4.3.2.2. Exhibición secundaria.
 - 4.3.2.3. Exhibición especial.
- 4.4. Vidrieras.
- 4.5. Highlights del módulo.

Marketing Retail Offline y Online

MÓDULO 5. Post Venta

6 horas

En tiempos de comercio electrónico, la experiencia de compra virtual no solo considera las impresiones que tiene el cliente acerca del producto, sino también de su proceso de entrega. La post venta se convierte entonces en un pilar de las estrategias del e-commerce, ofreciendo a los retailers una oportunidad para diferenciarse de su competencia y fidelizar a sus clientes.

- 5.1. La queja es un regalo.
- 5.2. Estrategia.
- 5.3. Optimización de puntos de contacto.
- 5.4. Seguimiento de satisfacción.
- 5.5. Highlights del módulo.

MÓDULO 6. Retail con centro en el cliente

14 horas

Estrategia empresarial que consiste en poner al cliente en el centro, facilitando el proceso de compra, la atención personalizada, la compra omnicanal y todos aquellos recursos que ayuden y fidelicen al comprador. Aplicada de manera eficiente permite entender sus necesidades y adelantarse a ellas, proporcionando así una experiencia de compra relevante.

- 6.1. Investigación y generación de datos.
- 6.2. La experiencia del usuario.
- 6.3. Convirtiendo clientes en fans.
- 6.4. Highlights del módulo.

MÓDULO 7. Marketing de Retail

14 horas

El objetivo del Retail Marketing es crear sensaciones en el cliente. Una buena estrategia de marketing de retail puede estimular “instintos” para que los clientes vayan a donde nosotros queremos.

- 7.1. Estrategia de marca.
- 7.2. Estrategia de producto.
- 7.3. Marketing en el punto de venta.

Marketing Retail Offline y Online

7.4. Redes Sociales.

7.5. CRM.

7.6. Highlights del módulo.

MÓDULO 8. Comercio online

8 horas

Actualmente, el 80% de las compras se deciden primero de forma online. Esta es una tendencia que ha llegado para quedarse y las empresas deberán abordar su transformación digital para no quedar por el camino.

Hoy el cliente exige una experiencia que combine lo físico con lo digital.

8.1. La nueva realidad del retail.

8.2. Estrategia omnicanal.

8.3. El servicio en la e-compra.

8.4. Principios básicos de Google Analytics.

8.5. Principios básicos de Google ADS.

8.6. Highlights del módulo.

MÓDULO 9. Gestión de indicadores en la tienda física

8 horas

Hoy en día, para vender eficazmente en el punto de venta, es fundamental conocer cómo se comporta el cliente. Gracias al análisis de datos se puede conocer su comportamiento.

Para el sector retail tener información y conocer en profundidad cuál es el desempeño de sus productos es fundamental.

9.1. Análisis de transacciones.

9.2. ¿Qué son los KPIS?

9.3. Objetivos de los KPI.

9.4. Implementación de KPI.

9.5. Highlights del módulo.



MÓDULO 10. Gestión de indicadores en la tienda online

3 horas

Si bien varios de los KPIs que utilizamos para medir el rendimiento de la tienda física tienen los mismos objetivos que los que utilizamos en la tienda online, éstos difieren en su forma de calcularse o definirse.

- 10.1. Indicadores clave.
- 10.2. KPI en la tienda online.
- 10.3. Principales indicadores.
- 10.4. Highlights del módulo.

Marketing Retail Offline y Online

Autor



Adriana Prado

Profesional del marketing especializada en la gestión integral de retail. Amplia experiencia en el posicionamiento de marca, la gestión de canales de venta físicos y online, CRM, marketing digital, negociación y desarrollo de nuevos negocios.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

