



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Curso de Retail Sales Management





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

Este CURSO DE RETAIL SALES MANAGEMENT le ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el entorno del comercio minorista y desea aprender las técnicas y procesos de venta oportunos que le permitan tener éxito en el sector este es su momento, con el Curso de Retail Sales Management podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta labor de la mejor manera posible. Debido a la gran competencia que existe en el comercio minorista, es importante que los profesionales del entorno desarrollen ciertas técnicas que les ayuden a diferenciarse de la competencia y les haga obtener una ventaja competitiva frente a ella, para que así el cliente vea en el negocio una oportunidad de comprar mejor.

Objetivos

- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad.
- Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta, aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos.
- Realizar los cálculos derivados de operaciones de venta definidas, aplicando las fórmulas comerciales adecuadas.
- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa.
- Gestionar la selección y formación del personal de promoción necesario para el desarrollo de la campaña promocional, de acuerdo con las especificaciones definidas.
- Controlar la eficiencia de las acciones promocionales estableciendo medidas para optimizar la gestión de la actividad y alcanzar los objetivos previstos en el plan de marketing.

A quién va dirigido

El CURSO ONLINE DE RETAIL SALES MANAGEMENT está dirigido a profesionales del mundo de la gestión del pequeño comercio que deseen seguir adquiriendo formación sobre la materia y especializarse en los procesos y técnicas de venta.

Para qué te prepara

Este CURSO ONLINE DE RETAIL SALES MANAGEMENT le prepara para conocer a fondo el entorno del comercio minorista en relación con las técnicas y procesos de venta que le ayudarán a desenvolverse independientemente en el sector, prestando un servicio de calidad al cliente y satisfaciendo sus

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

necesidades.

Salidas laborales

Comercio minorista / Experto en ventas / Marketing / Comercio.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta
 1. - La venta presencial
 2. - La venta fría
 3. - La venta en establecimientos
 4. - La venta sin establecimiento
 5. - La venta no presencial
2. Fases del proceso de venta
 1. - Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
 2. - Fases de la venta no presencial
3. Preparación de la venta
 1. - Conocimiento del producto
 2. - Conocimiento del cliente
4. Aproximación al cliente
 1. - Detección de necesidades del consumidor
 2. - Clasificación de las necesidades de Maslow
 3. - Hábitos y comportamiento del consumidor
 4. - El proceso de decisión de compra
 5. - Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta
 6. - Observación y clasificación del cliente
5. Análisis del producto/servicio
 1. - Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento
 2. - Atributos y características de productos y servicios
 3. - Características del producto según el CVP (Ciclo de vida de producto)
 4. - Formas de presentación: envases y empaquetado
 5. - Condiciones de utilización
 6. - Precio. Comparaciones
 7. - Marca
 8. - Publicidad
6. El argumentario de ventas
 1. - Información del producto al profesional de la venta
 2. - El argumentario del fabricante
 3. - Selección de argumentos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
 1. - Sector comercio
 2. - Comercialización en otros sectores
 3. - Agentes
 4. - Relaciones entre los agentes
2. Representación comercial
3. Distribución comercial

4. Franquicias
5. Asociacionismo
6. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial
7. Fuentes de información y actualización comercial
8. Estructura y proceso comercial en la empresa
9. Posicionamiento del producto, servicio y los establecimientos comerciales
10. Normativa general sobre comercio
 1. - Ley de Ordenación del Comercio Minorista
 2. - Ventas especiales
 3. - Normativa local en el comercio minorista
11. Devoluciones
12. Garantía

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Documentos comerciales
 1. - Documentación de los clientes
 2. - Documentación de los productos y servicios
 3. - Documentos de pago
2. Documentos propios de la compraventa
 1. - Orden de pedido
 2. - Factura
 3. - Recibo
 4. - Justificantes de pago
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
4. Elaboración de la documentación
 1. - Elementos y estructura de la documentación comercial
 2. - Orden y archivo de la documentación comercial
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
 1. - Sumas, restas, multiplicaciones y divisiones
 2. - Tasas, porcentajes
2. Cálculo de PVP (precio de venta al público)
 1. - Concepto
 2. - Precio mínimo de venta
 3. - Precio competitivo
3. Estimación de costes de la actividad comercial
 1. - Costes de fabricación y costes comerciales
 2. - Costes de visitas y contacto
 3. - Promociones comerciales y animación
4. Fiscalidad
 1. - IVA
 2. - Impuestos especiales
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial
7. Cálculo de comisiones comerciales

8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
 1. - Control y seguimiento de costes márgenes y precios
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
 1. - Funciones de cálculo del TPV (Terminal Punto de venta)
 2. - Hojas de cálculo y aplicaciones informáticas de gestión de la información comercial
 3. - Utilización de otras aplicaciones para la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
 1. - Tipos de vendedor
 2. - Tipos de vendedor en el plano jurídico
 3. - Habilidades, aptitudes y actitudes personales
 4. - Formación de base y perfeccionamiento del vendedor
 5. - Autoevaluación, control y personalidad
 6. - Carrera profesional e incentivos profesionales
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
 1. - Planificación del trabajo
 2. - Gestión de tiempos y rutas
 3. - La visita comercial
 4. - Captación de clientes y tratamiento de la información comercial derivada
 5. - Gestión de la cartera de clientes
 6. - Las aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM Customer Relationship Management)
 7. - Planning de visitas
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio
 1. - Concepto
 2. - Tipos de presentación de productos
 3. - Diferencias entre productos y servicios
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
 1. - Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores
 2. - Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
 3. - Aplicaciones de presentación
3. Argumentación comercial
 1. - Tipos y formas de argumentos
 2. - Tipos y forma de objeciones
4. Técnicas para la refutación de objeciones
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
 1. - Ventas adicionales
 2. - Ventas sustitutivas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
 1. - Aptitudes del comunicador efectivo
 2. - Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial

3. - La comunicación no verbal
4. - Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo
8. Técnicas de comunicación no presenciales
 1. - Recursos y medios de comunicación no presencial
 2. - Barreras en la comunicación no presencial
 3. - La sonrisa telefónica
 4. - La comunicación comercial escrita

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación comercial
 1. - Publicidad y promoción
 2. - Políticas de Marketing directo
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
3. La promoción del fabricante y del establecimiento
 1. - Diferencias
 2. - Relaciones beneficiosas
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
 1. - Información
 2. - Venta
 3. - Lanzamiento
 4. - Notoriedad
5. Selección de acciones
 1. - Temporadas y ventas estacionales
 2. - Degustaciones y demostraciones en el punto de venta
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
 1. - Tipos de animación y clientes del punto de venta
 2. - Áreas de bases: expositores, góndolas, vitrinas isletas
 3. - Indicadores visuales productos ganchos, decoración
 4. - Centros de atención e información en el punto de venta
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Definición y alcance del merchandising
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
 1. - Stoppers
 2. - Pancartas
 3. - Adhesivos
 4. - Displays
 5. - Stands
 6. - Móviles
 7. - Banderola
 8. - Carteles, entre otros
3. Técnicas de rotulación y serigrafía
 1. - Tipos de letras
 2. - Forma y color para folletos
 3. - Cartelística en el punto de venta
4. Mensajes promocionales

1. - Mensaje publicitario-producto
2. - Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión
3. - Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1. Criterios de control de las acciones promocionales
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
 1. - Rotación en el lineal
 2. - Margen bruto
 3. - Tasa de marca
 4. - Ratios de rotación
 5. - Rentabilidad bruta
3. Análisis de resultados
 1. - Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
3. Páginas web comerciales e informativas
4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción online

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales
 1. - Fidelización de clientes
 2. - Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores
 3. - Servicios post-venta
2. Estrategias de fidelización
 1. - Marketing relacional
 2. - Tarjetas de puntos
 3. - Promociones
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
4. Establecimiento de las características de cada módulo de la gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 12. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta
 1. - Tipología: quejas y reclamaciones
 2. - Diferencias y consecuencias
2. Gestión de quejas y reclamaciones
 1. - Normativa de protección al consumidor
 2. - Derechos de los consumidores

3. - Documentación y pruebas
 4. - Las hojas de reclamaciones
 5. - Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
 6. - OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor
3. Resolución de reclamaciones
1. - Respuestas y usos habituales en el sector comercial
 2. - Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
 3. - Juntas arbitrales de consumo

[Ver en la web](#)



¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group