

## **COMMUNITY MANAGER**

**1. Nivel/etapa al que se dirige la actividad:**

Este curso aborda desde una perspectiva actual y práctica, las cuestiones de marketing en el punto de venta. A través del desarrollo equilibrado y secuencial de los diferentes tipos de contenidos incluidos se adquieren conocimientos y destrezas que le permitirán planificar, dirigir y ejecutar acciones de publicidad, promoción, relaciones públicas y merchandising en el establecimiento comercial, utilizando modernos métodos y sistemas.

**2. Horas de duración:**

30 horas.

**3. Número máximo de participantes:**

ON-LINE.

### **OBJETIVOS:**

- Se pretende aportar a los asistentes los conocimientos necesarios para comprender las reglas del nuevo escenario y aprovechar sus oportunidades, así como fomentar determinadas destrezas para llegar a gestionar la comunicación vía RRSS con éxito: desde entender qué es un Community Manager y cuáles son sus funciones, hasta ser capaz de esbozar un plan de comunicación en los medios sociales, pasando por el manejo práctico de determinadas herramientas.

### **CONTENIDO:**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA1: CONDICIONANTES DEL MARKETING**

- Qué es el marketing
- El consumidor
- La demanda
- El comprador
- El mercado - Segmentación
- Marketing-mix
- Cuestionario: Condicionantes del Marketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2: ESTUDIO DE MERCADOS**

- Universo y muestra
- Selección del medio
- Realización y conteo
- Interpretación de la información
- Parámetros estadísticos
- Cuestionario: Estudio de mercados

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3: EL MERCADO**

- Concepto de producto
- Cualidades de los productos
- Importancia del conocimiento del producto
- Clasificación de los productos
- Ciclo de vida del producto
- Reposicionamiento del producto
- Obsolescencia planificada
- Estacionalidad
- Productos diferenciados y de competencia perfecta
- Producto puro y producto añadido
- Competencia directa y producto sustitutivo
- La importancia de la marca
- Gama y línea de producto
- Cuestionario: El mercado

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4: POLÍTICA DE PRODUCTOS**

- Línea y artículo
- Estrategias de marca
- Estrategias de empaquetamiento
- Posicionamiento estratégico en el mercado
- Políticas de marketing
- Cuestionario: Política de productos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5: POLÍTICA DE PRECIOS**

- Fijación de precios
- Política de precios y CVP
- Tácticas de introducción de precios
- Descuentos bonificaciones y rappels
- Cuestionario: Política de precios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6: POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN**

- Que es la distribución
- Venta directa
- Venta con intermediarios
- Canales de distribución
- Tipos de distribución
- Selección del canal
- Distribución física de mercancías
- Cuestionario: Política de distribución

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7: LA COMUNICACIÓN**

- Naturaleza y definición
- Tipos de comunicación
- Elementos del proceso de la comunicación
- El proceso de comunicación
- Problemas de la comunicación
- Personalidades de los actores de la comunicación
- Interacción de caracteres
- Comportamientos
- Las comunicaciones
- La comunicación en la venta
- La comunicación oral
- Características de la comunicación oral
- Normas para la comunicación oral efectiva
- Reglas para hablar bien en público
- La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- Cuestionario: La comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN**

- Elementos estratégicos de la política de comunicación
- Seguimiento de la comunicación
- Presupuesto de comunicación
- Composición de la mezcla de comunicación
- Cuestionario: Política de comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9: PUBLICIDAD**

- Publicidad
- Establecimiento de metas y objetivos
- Decisiones respecto al presupuesto
- Decisiones respecto al mensaje
- Decisiones respecto al medio
- Evaluación y planificación de la campaña
- Cuestionario: Publicidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10: PROMOCIÓN - RELACIONES PÚBLICAS Y MERCHANDISING**

- Programa de promociones
- Relaciones públicas
- Merchandising
- Cuestionario: Promoción, relaciones públicas y merchandising

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11: EL PERFIL DEL VENDEDOR**

- Introducción
- Personalidad del vendedor
- Clases de vendedores
- Los conocimientos del vendedor
- Motivación y destreza
- Análisis del perfil del vendedor
- El papel del vendedor
- Cuestionario: El perfil del vendedor

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12: LA FACHADA DEL PUNTO DE VENTA**

- Introducción
- La fachada
- El escaparate

12.4 Señalización exterior

12.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta

### **13 El espacio de venta**

13.1 Introducción

13.2 Definición de las secciones

13.3 Las zonas en la sala de ventas

13.4 Localización de las secciones

13.5 La elección del mobiliario

13.6 Cuestionario: El espacio de venta

### **14 La venta como proceso**

14.1 Introducción

14.2 El proceso de compra-venta

14.3 El consumidor como sujeto de la venta

14.4 El comportamiento del consumidor

14.5 Motivaciones de compra-venta

14.6 Cuestionario: La venta como proceso

### **15 Características y hábitos del consumidor habitual**

15.1 Introducción

15.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial

15.3 Tipos de compras

15.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

15.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual

### **16 Tipología de la venta**

16.1 Tipología según la pasividad - actividad

16.2 Tipología según la presión

16.3 Tipología según la implicación del producto

16.4 Tipología según el público y forma de venta

16.5 Cuestionario: Tipología de la venta

**17 Técnicas de ventas**

17.1 Introducción

17.2 Fases de la venta

17.3 Contacto y presentación

17.4 Sondeo

17.5 Argumentación

17.6 La entrevista

17.7 Material de apoyo

17.8 El cierre de la venta

17.9 El seguimiento

17.10 Cuestionario: Técnicas de venta

**18 Estrategia de ventas**

18.1 Previsión de ventas

18.2 Método de encuesta de intención de compra

18.3 Presentación del presupuesto de ventas

18.4 Organización y estructura de ventas

18.5 Personal de ventas

18.6 Cuestionario: Estrategia de ventas

**19 Merchandising**

19.1 Merchandising

19.2 Tipos de merchandising

19.3 Gestión del surtido

19.4 Gestión estratégica del lineal

19.5 Rentabilidad directa del producto

19.6 Cuestionario: Merchandising

19.7 Cuestionario: Cuestionario final