



DIPLOMADO

Gestión estratégica del Retail

MODALIDAD: EN LÍNEA
DURACIÓN: 6 MESES

Objetivo

- Dar a los participantes la capacidad de establecer estrategias de posicionamiento de formatos de tienda, de shopper marketing, de compra de mercancías y de gestión de tiendas físicas. Además, los participantes deberán ser capaces de proponer iniciativas estratégicas de e-commerce y omnicanalidad para un negocio detallista de origen no digital. No es un diplomado especializado en desarrollo y operación de E-Commerce.

Antecedentes:

- En la era digital, los detallistas con tiendas físicas (moda, tiendas especializadas, autoservicios o tiendas departamentales) podrán competir y prosperar si están centrados en los clientes (CUSTOMER CENTRICITY) es decir, a través de la gestión estratégica de marcas, de la gestión de la relación con sus shoppers (CRM), y de la gestión óptima de la experiencia de compra del shopper, no solamente en tiendas físicas sino también en su tienda virtual. El COVID-19 aceleró la necesidad de contar con tiendas virtuales operando sincronizada y eficientemente con las sucursales físicas.
Más allá de competir por precio, los detallistas modernos de origen no digital deberán generar experiencias "omnicanal" que les den ventaja competitiva vs. detallistas físicos y digitales.

Aprenderás a optimizar resultados en:

- Ventas totales.
- Rentabilidad.
- Participación de mercado.
- Ventas a tiendas totales (físicas).
- Ventas mismas tiendas (físicas)
- Productividad por metro cuadrado (tiendas físicas).
- Venta en tienda virtual.
- Margen por unidad vendida.
- Vueltas al inventario.
- GMROI (Gross Margin Return on Inventory Investment).
- Tráfico en tiendas físicas y virtuales.
- Ticket de compra.
- 1NPS (Net Promoter Score)
- Experiencia de clientes (CX).
- Experiencia de usuarios (UX). En tienda virtual.

Este programa está dirigido a...

- Empleados de empresas detallistas físicos tales como:
 - Tiendas especializadas (escaparates), boutiques, lujo, moda, tecnología, etc.
 - Cadenas de autoservicio, clubes de precio y tiendas de conveniencia.
 - Tiendas departamentales.
- Empleados de empresas fabricantes de productos al consumidor que utilicen este tipo de venta al detalle (Gerentes y ejecutivos de cuentas clave).
- Emprendedores

Al concluir este programa...

- Podrás aplicar estrategias y buenas prácticas de posicionamiento de formatos de tienda, shopper marketing, compra de mercancías, merchandising visual y gestión de tiendas.
- Todo esto te permitirá ser más “empleable” y avanzar en su carrera profesional dentro del mundo del “Retail”. A los dueños de boutiques o tiendas especializadas les permitirá mejorar el desempeño de sus negocios. A los vendedores y ejecutivos de cuenta, trabajando para proveedores de los detallistas, les permitirá entender mejor a sus socios comerciales y brindar mayor valor tanto a los detallistas como a los shoppers.

MÓDULOS

01

El Retailer físico y sus decisiones estratégicas

Objetivo: Al finalizar serás capaz de describir la ruta del shopper y estrategias detallistas, incluyendo "Customer Centricity".

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 1. | Introducción | 5. | Decisiones estratégicas para los detallistas modernos en Latinoamérica |
| 2. | Comportamiento del Shopper 20x | 6. | Presentación de entregable en equipo |
| 3. | De la tiendita tradicional a la tienda "fisita" | | |
| 4. | Customer Centricity: Branding, CRM y gestión de experiencias | | |

02

Finanzas para el detallista físico y "omnicanal"

Objetivo: Serás capaz de leer y analizar el balance general y estado de resultados de un comercio detallista. Deberás poder calcular métricas financieras y de productividad básicas.

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 1. | Introducción | | |
| 2. | Contabilidad financiera y de gestión | | |
| 3. | Estados financieros | | |
| 4. | Métricas claves de la gestión detallista: | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> o Métricas y razones financieras clave | | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> o Métricas de productividad: de tienda física y virtual, de mercancías/ inventarios y de personal |
| | | 5. | Presentación de entregable en equipo |

MÓDULOS

03 Estrategias de Branding, Marketing y Customer Centricity

Objetivo: Tomar decisiones estratégicas de posicionamiento de formatos de tienda física, de shopper marketing y Customer centricity. Deberá ser capaz de mapear la experiencia omnicanal de sus shoppers.

1. Introducción al marketing de servicios y al marketing del retail
2. Branding y Brand Equity
3. Perfil del shopper meta, de los competidores y generación de propuesta de valor
4. Declaración de posicionamiento de un formato de tienda
5. Shopper Marketing.
6. Introducción a Marcas propias y a la administración de categorías
7. CRM
8. Mapeo de la experiencia omnicanal del shopper
9. Presentación de entregable en equipo

04 Gestión de la tienda física

Objetivo: Tomar decisiones sobre tiendas físicas, merchandising visual y mapeo de la experiencia del shopper en puntos de venta físico.

1. Decisiones de ubicación física
2. Decisiones de Layout de la tienda, diseño y merchandising visual para diferentes tipos de detallistas: Especializadas, autoservicios, tiendas departamentales
3. Servicio al cliente
4. Presentación de entregable en equipo

MÓDULOS

05 Gestión y compra de mercancías

Objetivo: Gestionar y comprar mercancías para su negocio.

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 1. | Introducción | 5. | Relación y negociación con proveedores |
| 2. | Gestión de mercancías | 6. | Presentación de entregables |
| 3. | Compra de mercancías | | |
| 4. | Evaluación de proveedores y su nivel de servicio | | |

06 Iniciativas de E-Commerce para detallistas físicos

Objetivo: de recomendar iniciativas estratégicas para lanzar un e-commerce o mejorar el existente de un detallista físico.

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 1. | Introducción al E-commerce y Marketing digital para retailers físicos | 4. | Retos que enfrentan los detallistas físicos al lanzar o mejorar su e-commerce |
| 2. | Estrategias alternativas de e-commerce y e-fulfillment | 5. | Análisis de casos de éxito y fracaso del e-commerce de diferentes detallistas físicos. |
| 3. | Estrategias alternativas de marketing digital | 6. | Presentación de entregables. |

Beneficios de estudiar un diplomado



Temas actualizados y de vanguardia

Con gran capacidad de actualización y reinención al ser de una duración más corta que otros posgrados, un diplomado te ofrece una capacitación enfocada en temas relevantes y de alta demanda para el mercado laboral.



Capitaliza lo aprendido

El alto enfoque práctico y estratégico de un Diplomado hace que cada módulo sea aplicable desde el primer día 1 en tus actividades profesionales y desarrollo personal.



Mejora tus oportunidades laborales

Enriquece tu CV especializándote y posíciónate como el mejor candidato.



Networking

No solo compartirás salón de clases con buenos compañeros, también con excelentes profesionistas con los que podrás compartir puntos de vista, tips e incluso oportunidades de negocio.



Profesores con más 15 años en experiencia profesional

Toma clases de la mano de expertos en su disciplina con amplia experiencia compartiendo su conocimiento y trabajando en las mejores empresas nacionales e internacionales.



Duración

La duración promedio de un Diplomado o Certificación es de 4 a 6 meses, así podrás aplicar lo aprendido muy rápidamente y seguir creciendo profesionalmente.



Diploma

Todos nuestros Diplomados y Certificaciones tienen validez curricular.



Beneficios de la modalidad en línea

- Cada módulo tiene:
Clases grabadas y clases en vivo + actividades interactivas + Caso Práctico.
Tendrás acceso a infogramas, ligas de acceso a sitios de interés u otros materiales en formato PDF.
- **Sesiones Grabadas y en tiempo real**
Estudia a tu ritmo, puedes consultar todas las sesiones en el horario que más te convenga.
- **Contenido siempre disponible:**
Podrás consultar y / o descargar el material desde plataforma en cualquier momento del día.
Además, nuestra plataforma es multidispositivo, podrás estudiar en cualquier computadora de escritorio, laptop, tableta o Smartphone.
- **Soporte técnico:**
El equipo de soporte técnico estará tu disposición en todo momento para ayudarte a resolver cualquier situación.
- **Asesoría y acompañamiento**
Cuentas con un Tutor a través de la plataforma en enlaces en vivo, chat o Whatsapp:
 - A distancia en tiempo real, para resolver dudas y dar retroalimentación.
 - Podrás programar con flexibilidad, enlaces en vivo para sesiones de avance con tus tutores.
- **Entrega de Proyectos y Evaluación**

EDUCACIÓN
CONTINUA
UVM

PREPÁRATE