



NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO PARA EL COMERCIO MINORISTA

www.merkataritza.net | info@merkataritza.net |  merkataritza |  merkataritzaberria



PERTSONA
HELBURU

EUSKO JAURLARITZA

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA LEHIAKORTASUN SAILA



COMPROMISO CON
LAS PERSONAS

GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD


merkataritza



01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

- 1.1 MARKETING RELACIONAL
- 1.2 ECO-COMMERCE & SOCIAL COMMERCE
- 1.3 EL CONSUMO MULTICANAL
- 1.4 BOOMERS
- 1.5 PROSUMER

02 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

- 2.1 CLICK & COLLECT
- 2.2 DROPSHIPPING
- 2.3 TECNOLOGÍAS RFID

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

- 3.1 NEUROMARKETING
- 3.2 LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LA VENTA
- 3.3 VENDER UTILIZANDO LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA
- 3.4 EL DISEÑO DE FICHAS DE PRODUCTO PARA TU NEGOCIO E-COMMERCE
- 3.5 GESTIONANDO LA ADVERSIDAD
- 3.6 E-REPUTACIÓN

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

- 4.1 LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ON LINE
- 4.2 COMERCIO DE INTEGRACIÓN, UN NUEVO PARADIGMA
- 4.3 1+1=3. COMERCIO Y FUSIÓN
- 4.4 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES
- 4.5 EL CO-BRANDING

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 5.1 VENDIENDO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES
- 5.2 LA REVOLUCIÓN DIGITAL
- 5.3 VENTA BAJO DEMANDA
- 5.4 INTERNET DE LAS COSAS:
- 5.5 LOS BENEFICIOS DEL BIG DATA APLICADOS AL COMERCIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

- 6.1 SHOPPING ON MOBILE
- 6.2 CÓDIGO QR
- 6.3 APLICACIONES DE LA GEOLOCALIZACIÓN
- 6.4 SHOWROOMING VS WEBROOMING
- 6.5 LAS APP COMO HERRAMIENTAS DE FIDELIZACIÓN
- 6.6 EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL INTELIGENTE
- 6.7 EL EQUIPAMIENTO PERSONAL INTELIGENTE

07 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

- 7.1 LOS BRICKS & CLICKS
- 7.2 LAS FLAGSHIP STORES
- 7.3 LAS POP UP SHOPS

08 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE PRECIOS

- 8.1 LA COMPRAVENTA INVERSA
- 8.2 LOS COMERCIOS DE ALTO LUJO
- 8.3 LOS COMERCIOS LOW COST

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

- 9.1 PLANES DE FIDELIZACIÓN 2.0.
- 9.2 POSICIONAMIENTO COMERCIAL
- 9.3 EXPERIENCE-STORES
- 9.4 EL VENDING
- 9.5 REDES SOCIALES

10 HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

- 10.1 TÉCNICAS DE CREATIVIDAD
- 10.2 COOLHUNTING
- 10.3 RETAIL LABS
- 10.4 CUADRO DE TENDENCIAS A TRAVÉS DE CANVAS
- 10.5 MAPAS DE EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES



TECNOLOGÍA

NIVEL DE INCORPORACIÓN DE LAS TIC



NIVEL 1: INICIACIÓN

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.2 LA REVOLUCIÓN DIGITAL

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.6 EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL INTELIGENTE

6.7 EL EQUIPAMIENTO PERSONAL INTELIGENTE

NIVEL 3: AVANZADO

02 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

2.3 TECNOLOGÍAS RFID

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.3 VENTA BAJO DEMANDA

5.4 INTERNET DE LAS COSAS

5.5 LOS BENEFICIOS DEL BIG DATA APLICADOS AL COMERCIO



REDES SOCIALES

NIVEL DE USO DE RRSS



NIVEL 1: INICIACIÓN

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.5 REDES SOCIALES

NIVEL 2: INTERMEDIO

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.6 E-REPUTACIÓN

NIVEL 3: AVANZADO

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.1 VENDIENDO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES





PROMOCIÓN Y FIDELIZACIÓN

NIVEL DE
INCORPORACIÓN
DE LAS TIC



NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.1 MARKETING RELACIONAL

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.2 CÓDIGO QR

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.4 EL VENDING

NIVEL 3: AVANZADO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.3 APLICACIONES DE LA GEOLOCALIZACIÓN

6.5 LAS APP COMO HERRAMIENTAS DE FIDELIZACIÓN

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.1 PLANES DE FIDELIZACIÓN 2.0.

ESPACIOS COMERCIALES

NIVEL DE
INNOVACIÓN



NIVEL 1: INICIACIÓN

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.4 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES: LOS ESPACIO COWORKING

07 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

7.2 LAS FLAGSHIP STORES

7.3 LAS POP UP SHOPS

NIVEL 2: INTERMEDIO

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.3 EXPERIENCE-STORES



ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.2 ECO-COMMERCE & SOCIAL COMMERCE

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.2 COMERCIO DE INTEGRACIÓN, UN NUEVO PARADIGMA

4.3 1+1=3. COMERCIO Y FUSIÓN

4.5 EL CO-BRANDING

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.2 POSICIONAMIENTO COMERCIAL: SERVICE BRANDS VS. DEMANDING BRANDS

ECOMMERCE

NIVEL DE INCORPORACIÓN DE LAS TIC



NIVEL 1: INICIACIÓN

07 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

7.1 LOS BRICKS & CLICKS

NIVEL 2: INTERMEDIO

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.1 LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ON LINE

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.4 EL DISEÑO DE FICHAS DE PRODUCTO PARA TU NEGOCIO E-COMMERCE

02 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

2.2 DROPSHIPPING

NIVEL 3: AVANZADO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.1 SHOPPING ON MOBILE



ECONÓMICO-FINANCIERO

NIVEL 1: INICIACIÓN

08 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE PRECIOS

- 8.1 LA COMPRAVENTA INVERSA
- 8.2 LOS COMERCIOS DE ALTO LUJO
- 8.3 LOS COMERCIOS LOW COST

HABILIDADES

NIVEL DE INNOVACIÓN



NIVEL 1: INICIACIÓN

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

- 3.2 LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LA VENTA
- 3.5 GESTIONANDO LA ADVERSIDAD

10 HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

- 10.1 TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

NIVEL 2: INTERMEDIO

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

- 3.1 NEUROMARKETING
- 3.3 VENDER UTILIZANDO LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA

10 HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

- 10.2 COOLHUNTING
- 10.3 RETAIL LABS
- 10.4 CUADRO DE TENDENCIAS A TRAVÉS DE CANVAS
- 10.5 MAPAS DE EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES





CLIENTES

NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.3 EL CONSUMO MULTICANAL

1.4 BOOMERS

1.5 PROSUMER

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.4 SHOWROOMING VS WEBROOMING



TECNOLOGÍA

NIVEL 1: INICIACIÓN

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.2 LA REVOLUCIÓN DIGITAL: DEL PRODUCTO AL SERVICIO

CONTENIDOS:

1. La sociedad digital
2. La transformación de productos a servicios.
3. Las personas consumidoras profesionales.
4. Las expectativas de las personas consumidoras.
5. Internet

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.6 EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL INTELIGENTE

CONTENIDOS

1. Que es el equipamiento comercial inteligente.
2. Ventajas del equipamiento comercial inteligente
3. Ejemplos.

6.7 EL EQUIPAMIENTO PERSONAL INTELIGENTE

CONTENIDOS

1. Que son los dispositivos inalámbricos “weareables”
2. Las Google Glass
3. Los samrtwatches.
4. Complementos inteligentes.

NIVEL 3: AVANZADO

02 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

2.3 TECNOLOGÍAS RFID

CONTENIDO

1. La tecnología RFID
2. Utilidades de almacenamiento
3. Ejemplos

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.3 VENTA BAJO DEMANDA: LA CUSTOMIZACIÓN Y LA IMPRESIÓN 3D

CONTENIDOS

1. Estrategias ante los nuevos personas consumidoras.
2. La venta bajo demanda
3. La venta customizada
4. La impresión 3D

5.4 INTERNET DE LAS COSAS

CONTENIDOS

1. Qué entendemos por “cosas” en el Internet de las Cosas.
2. ¿Cómo de inteligentes son las cosas hoy día? Situación actual.
3. Las tres capas básicas del Internet de las Cosas.
4. El impacto del Internet de las Cosas en los negocios y la sociedad.
5. Factores determinantes en el futuro de Internet de las Cosas.

5.5 LOS BENEFICIOS DEL BIG DATA APLICADOS AL COMERCIO

CONTENIDOS

1. ¿Qué es big Data? Las 4 uves.
2. Evolución de la Administración de datos
3. Fuentes del Big Data
4. Funcionalidades analíticas del Big Data
5. Fases en la adopción del Big data
6. Soluciones Big Data en el mundo real.



REDES SOCIALES

NIVEL 1: INICIACIÓN

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.5 REDES SOCIALES

CONTENIDOS

1. ¿Qué puede aportar las redes sociales a la comunicación de un pequeño comercio?
2. ¿Cómo seleccionar una red social adecuada al negocio?
3. ¿Qué tipo de información incluir en las redes sociales en el día a día?

NIVEL 2: INTERMEDIO

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.6 E-REPUTACIÓN

CONTENIDOS

1. Gestión de la Reputación Online y RRPP 2.0: conceptos básicos.
2. La gestión de las interacciones en la Comunidad.
3. Identificando y gestionando los nuevos líderes de opinión.
4. Monitorización Online: herramientas básicas y avanzadas.

NIVEL 3: AVANZADO

05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

5.1 VENDIENDO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

CONTENIDOS

1. Introducción
2. Redes sociales y comercio: obligados a entenderse
3. Pasos para el camino hacia el éxito.
4. Conclusiones.



PROMOCIÓN Y FIDELIZACIÓN

NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.1 MARKETING RELACIONAL

CONTENIDOS

1. Introducción.
2. La publicidad más fiable.
3. Cuestiones a cuidar.
4. Conclusiones.

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.2 CÓDIGO QR

CONTENIDOS

1. Qué son los códigos QR
2. Tipos de códigos.
3. Lectura de códigos QR
4. Generación de códigos QR
5. Estrategia
6. Utilidades para los códigos QR
7. Casos de éxito.

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.4 EL VENDING

CONTENIDOS

1. Introducción al formato de venta bajo vending
2. Ventajas del vendig
3. Inconvenientes del vending
4. El social vending
5. Fidelización

NIVEL 3: AVANZADO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.3 APLICACIONES DE LA GEOLOCALIZACIÓN

CONTENIDOS

1. ¿Qué es la Geolocalización?
2. Como puedo geolocalizar a mis clientes
3. Marketing de geolocalización.
4. Sistemas de orientación en tienda basados en geolocalización.
5. Ventajas de cruzar la información con un sistema CRM
6. Creación de ofertas geolocalizadas

6.5 LAS APP COMO HERRAMIENTAS DE FIDELIZACIÓN

CONTENIDOS

1. ¿Qué son las apps?
2. Ventajas de las apps
3. Distribución de nuestra app
4. Casos de éxito

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.1 PLANES DE FIDELIZACIÓN 2.0.

CONTENIDOS

2. Del conocimiento del cliente al CRM
3. La fidelización a través de las comunidades 2.0
4. La fidelización a través del e-mail y la newsletter.
5. Medir la satisfacción de los y las clientas 2.0



ESPACIOS COMERCIALES

NIVEL 1: INICIACIÓN

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.4 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES: LOS ESPACIO COWORKING

CONTENIDOS

1. Funcionamiento general de un espacio coworker
2. Creación, desarrollo y mantenimiento de la comunidad.
3. La comunicación.
4. Control de gestión.
5. Ventajas del coworking
6. Ejemplos prácticos.

07 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

7.2 LAS FLAGSHIP STORES

CONTENIDOS

1. ¿Qué es una Flagship Store?
2. ¿Por qué y para que se crean?
3. Cómo reconocerlas
4. Aplicando el concepto Flagship a mi comercio.
5. Ejemplos de Flagship Stores

7.3 LAS POP UP SHOPS

7.3.2. CONTENIDOS

1. ¿Qué es una Pop Up?
2. ¿Por qué se crean?
3. ¿Para quién se crean?
4. Como reconocerlas
5. Como nombrar una Pop Up
6. Las ferias de Pop Up
7. Ejemplos de Pop Up Stores

NIVEL 2: INTERMEDIO

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.3 EXPERIENCE-STORES

1. Introducción a la Dirección del Customer Experience Management.
2. Las experiencias de la clientela: nuestra fuente de información para mejorar.
3. Neuromarketing. Y experience stores
4. La innovación en la estrategia experiencial.
5. Entendiendo las percepciones para crear experiencias.
6. El entorno: el Shopping Experience.



ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.2 ECO-COMMERCE & SOCIAL COMMERCE

CONTENIDOS

1. Introducción: la sostenibilidad y la responsabilidad social en el sector comercial.
2. Como implicarse estratégicamente en cuestiones medioambientales y sociales.
3. Acciones de marketing por la mejora de la sostenibilidad.
4. Ejes en el sector comercial
5. Aplicaciones en mi comercio.

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.2 COMERCIO DE INTEGRACIÓN, UN NUEVO PARADIGMA

CONTENIDOS

1. Relación entre empresas productoras y distribuidoras.
2. El merchandising como arma de negociación.
3. Campos de colaboración entre empresas productoras y distribuidoras

4.3 1+1=3. COMERCIO Y FUSIÓN

CONTENIDOS

1. Ejemplos de fusión en comercios
2. Fusionar ideas
3. Elegir la idea adecuada
4. Técnicas de creatividad 1+1=3
5. Aplicación práctica práctico

4.5 EL CO-BRANDING

CONTENIDOS

1. Qué es el cobranding
2. El marketing colaborativo
3. El cobranding como solución a pequeños presupuestos de marketing.

09 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

9.2 POSICIONAMIENTO COMERCIAL: SERVICE BRANDS VS. DEMANDING BRANDS

CONTENIDOS

1. Service brands vs. Demanding brands
2. Service brands
3. Demanding brands
4. Ejemplos de actuación



ECOMMERCE

NIVEL 1: INICIACIÓN

07 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

7.1 LOS BRICKS & CLICKS

1. Introducción al comercio online
2. Que CMS de comercio electrónico elegir
3. Catálogo de producto
4. Gestión y seguimiento de pedidos
5. Mantenimiento de la clientela.

NIVEL 2: INTERMEDIO

04 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

4.1 LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ON LINE

CONTENIDOS

1. Que es un marketplace
2. Tipos de marketplaces.
3. Ventajas de integrarse en un Marketplace.
4. Funcionamiento y condiciones de los principales marketplaces.
5. Factores a tener en cuenta a elegir un Marketplace.

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.4 EL DISEÑO DE FICHAS DE PRODUCTO PARA TU NEGOCIO E-COMMERCE

1. Repercusión de una ficha eficiente.
2. La atracción de clientes
3. Preguntas básicas que debe responder la ficha de producto
4. Credibilidad: gestión de opiniones
5. El "Call to action"
6. La estética de la ficha.
7. Búsqueda de las palabras clave para la ficha.

02 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

2.2 DROPSHIPPING

CONTENIDOS

1. Drop Shipping: conceptos
2. Como comenzar a hacer DropShipping
3. Aplicaciones prácticas

NIVEL 3: AVANZADO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.1 SHOPPING ON MOBILE

CONTENIDOS

1. Las nuevas personas consumidoras y usuarias.
2. Mobile Commerce
3. Mobile Payments
4. Mobile marketing, beneficios



ECONÓMICO-FINANCIERO

NIVEL 1: INICIACIÓN

08 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE PRECIOS

8.1 LA COMPRAVENTA INVERSA

CONTENIDOS

1. Introducción al concepto de compraventa inversa, modalidades.
2. Beneficios para el comercio.
3. Beneficios para la persona consumidora.
4. Funcionamiento de la compra inversa.
5. Principales plataformas de compra inversa.

8.2 LOS COMERCIOS DE ALTO LUJO

CONTENIDOS

1. El universo del lujo
2. El perfil del consumidor y la consumidora de lujo
3. El Producto
4. Nuevas tendencias de consumo en el siglo XXI

8.3 LOS COMERCIOS LOW COST

8.1.2. CONTENIDOS

1. Modelos de negocio low cost
2. Gestión del modelo de negocio low cost
3. Productos low cost
4. Personas consumidoras de productos low cost.



HABILIDADES

NIVEL 1: INICIACIÓN

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.2 LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LA VENTA

CONTENIDOS

1. La venta emocional
2. EL ADN de nuestra clientela
3. Herramientas de comunicación en la venta desde la inteligencia emocional.
4. La inteligencia emocional en nuestro proceso de ventas.

3.5 GESTIONANDO LA ADVERSIDAD

CONTENIDOS

1. La resiliencia
2. Técnicas de motivación
3. Superación de limitaciones.
4. Ejemplos prácticos

10 HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

10.1 TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

CONENIDOS

1. Planteamientos generales
2. La capacidad de generar ideas
3. Creatividad para la comunicación
4. Técnicas de creación de ideas
5. La creatividad en la empresa y los negocios: Aplicaciones prácticas.
6. Casos prácticos de innovación en el comercio. Experiencias para la reinención.

NIVEL 2: INTERMEDIO

03 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

3.1 NEUROMARKETING

CONTENIDO

1. Introducción
2. Neuronas y marketing
3. Herramientas de construcción del éxito
4. Neuromarketing y técnicas de venta.

3.3 VENDER UTILIZANDO LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA

CONTENIDOS

1. Actitud e Inteligencia Emocional
2. La programación neurolingüística (PNL)
3. Programas representativos

10 HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

10.2 COOLHUNTING

CONTENIDOS

1. Coolhunting y el análisis de tendencias
2. Metodología del Coolhunting.
3. Casos prácticos.

10.3 RETAIL LABS

CONTENIDOS

1. Los Retail Labs, sus herramientas de análisis
2. Análisis de nuestra clientela, que medir
3. Investigación de mercado
4. Ejemplos prácticos.

10.4 CUADRO DE TENDENCIAS A TRAVÉS DE CANVAS

CONTENIDOS

1. ¿Qué es un cuadro de tendencias?
2. La selección de la tendencia a analizar
3. Fases para construir un cuadro de tendencias
4. Caso práctico.

10.5 MAPAS DE EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES

CONTENIDOS

1. ¿por qué medir la experiencia de la clientela?
2. Definición de la propuesta de valor de mi producto
3. La generación de valor añadido
4. La definición del perfil de la persona consumidora
5. Fases de la relación.
6. Análisis de mi público



CLIENTES

NIVEL 1: INICIACIÓN

01 MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

1.3 EL CONSUMO MULTICANAL

CONTENIDOS

1. Comportamiento de las personas consumidoras del siglo XXI.
2. Tendencias de consumo
3. Elaborar tu plan de mejora

1.4 BOOMERS: EL NUEVO NEGOCIO DE LA NOSTALGIA

CONTENIDOS

1. ¿quiénes son los boomers?
2. Perfil de comportamiento del boomers.
3. Enfoque psicológico: El Síndrome de "Peter Pan".
4. El retrobranding: el resultado de sumar herencia y nostalgia.
5. Aplicación práctica.

1.5 PROSUMER

CONTENIDOS

1. Prosumers: El nuevo concepto de persona consumidora creadora.
2. Redes sociales: un nuevo esquema de comunicación y participación.
3. Nuevos recursos tecnológicos para la comunicación digital.
4. Las necesidades de las y los clientes.
5. Influencia en los procesos de compra.

NIVEL 2: INTERMEDIO

06 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED

6.4 SHOWROOMING VS WEBROOMING

CONTENIDOS

1. Showrooming
2. Webrooming
3. El efecto ROPO
4. Como aprovechar el showrooming y el webrooming desde la multicanalidad..