



OBJETIVOS DEL SEMINARIO

- ⇒ Adquirir las claves para incrementar la venta mediante acciones de marketing emocional.
- ⇒ Analizar qué hace que nuestros clientes nos compren, y por qué nos vuelven a comprar.
- ⇒ Reflexionar sobre cómo se puede aplicar en tu caso particular un proceso de mejora.
- ⇒ Crear una estrategia de implantación del proceso.

ENFOQUE DEL SEMINARIO

En una gran superficie, todos tenemos a nuestro alcance miles de artículos. Podemos pasear entre sus lineales, tocando, mirando e incluso probando muchos de ellos y si finalmente no deseamos comprar nada, nos vamos tan tranquilos.

Por otro lado, la experiencia de compra en la gran superficie está asociada directamente con el ocio. El hecho de salir a comprar es en muchos casos un momento para "dar una vuelta".

En un pequeño comercio, ¿podemos exponer todos nuestros artículos?, ¿quizá la falta de metros cuadrados debemos suplirla con un esfuerzo extra de atención?, ¿ofrecemos nuestros productos o despachamos?, ¿dejamos que el consumidor decida tranquilamente sin presión? ¿venir a nuestro establecimiento se asocia con algo divertido, con una acción de ocio?

Programa

El presente programa consiste en trasladar el curso a la propia galería comercial. Desplazamos hasta ella todos los elementos necesarios (proyector, pantalla, altavoces, ordenador, etc.). El horario de las jornadas se adapta al horario de cierre de la galería durante el mediodía. De esta manera el asistente no perderá su horario de trabajo, tan solo una parte del horario de comida. De esta manera conseguimos que un colectivo que difícilmente puede acceder a la formación, tenga la oportunidad de asistir a unas jornadas de vital trascendencia para su supervivencia.

Jornada 1.

Esta primera sesión está destinada a la sensibilización, trabajando sobre la necesidad que tiene el pequeño comercio de sorprender a sus clientes. Una buena calidad de producto es algo que el cliente actual exige como mínimo. A partir de ahí, se debe crear un servicio sorprendente. Sólo así hablarán de nosotros y generaremos publicidad "boca a boca". Trabajamos la proactividad: "deja de quejarte y pasa a la acción".

Jornada 2.

En la segunda sesión se trabajará sobre la búsqueda activa de acciones de marketing emocional que cada participante pueda poner en marcha de manera inmediata en su negocio, así como acciones conjuntas que puedan proponerse en la galería o el mercado.

Todos nuestros seminarios están impartidos con un carácter eminentemente práctico, utilizando multitud de recursos didácticos como pueden ser videos, debates, roll play, dinámicas de grupo, etc.

Utilizamos una metodología tipo taller. De lo práctico a lo teórico. Cada concepto teórico está sustentado sobre una dinámica práctica previa.

Persona de contacto: Santiago Cano

Teléfono: 639 639 621

Email: scano@potenzia.com

Formador

Rafael M. López Pérez

Experiencia profesional

Director Adjunto del Taller de Comunicación No Verbal de la Universidad Camilo José Cela

Profesor invitado de Habilidades Directivas del MBA Universidad de Cantabria

Profesor de Finanzas y Habilidades Directivas del Instituto Europeo di Design

Profesor de Habilidades Directivas y Coaching de la Escuela Internacional de Protocolo (año 2009)

Director del Club del Lenguaje No Verbal

Director de la empresa de formación e investigación Potenzia-T

Fundador y actual socio de la correduría de seguros Hiperpólizas y de la multimarca de vehículos industriales HiperCamión

Ex-director zona centro de la empresa de formación The Art of new Management

Ex-director Regional de la empresa de networking BNI (Bussines Network International)

Formación académica

Licenciado CC Económicas y Empresariales - Universidad Complutense de Madrid

Doctorando en Psicología - Universidad Camilo José Cela

Master en Investigación en Emoción, Cognición y Salud - Universidad Camilo José Cela

Experto en Coaching Personal - Universidad Camilo José Cela

Diplomado en Habilidades directivas CEPADE (Universidad Politécnica de Madrid)

Master en Creación y Gestión de Pymes - CEOE / ESIC

Mediador de Seguros Titulado

Publicaciones y actividad científica

Líneas de investigación:

Actualmente trabaja en una investigación científica adscrita a la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Camilo José Cela de Madrid en materia de reconocimiento de emociones por parte de los cuerpos de seguridad del estado en la cual participan el Ejército de Tierra, el Cuerpo Nacional de Policía y el cuerpo de Policía Municipal de Madrid. Los avances de la investigación fueron presentados el pasado mes de mayo de 2011 en la Universidad Autónoma de Madrid en el Certamen de Investigación en Emoción.

Socio de AME (Asociación de motivación y emoción). Asociación de divulgación científica sobre psicología de la motivación y la emoción, integrada por los principales investigadores en la materia (catedráticos y profesores universitarios) de nuestro país.

Diversas publicaciones en revistas de management y recursos humanos.

Colaborador del diario El Mundo en materia de comunicación no verbal.

Persona de contacto: Santiago Cano

Teléfono: 639 639 621

Email: scano@potenziat.com