



CAMPAÑA FORMATIVA

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO PARA EL COMERCIO MINORISTA

ARABA | BIZKAIA | GIPUZKOA

De Julio a Diciembre del 2015

**PERTSONA,
HELBURU.**

**COMPROMISO CON
LAS PERSONAS.**

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

www.merkataritza.net | 94 447 60 66

Esta Campaña formativa promovida por el Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad del Gobierno Vasco, busca dar una respuesta a los retos que, día a día, están forzando la evolución del comercio minorista vasco, cuya supervivencia depende, en muchos casos, de su capacidad de adaptar su modelo de negocio a este nuevo entorno.

Se busca la orientación y formación de las empresas comerciales mediante el desarrollo de herramientas prácticas y procedimientos de gestión que redunden en su innovación y mejora competitiva.

Con este objetivo, la campaña de formación se articula en torno a 10 nuevos modelos de negocio, cada uno dividido a su vez en diferentes líneas de especialización.

Cada curso tiene una duración de 12 horas, impartándose de julio a diciembre en las diferentes comarcas de Euskadi en horarios compatibles con el comercio.



MODELOS DE NEGOCIO basados en:

01 GESTIÓN DEL CLIENTE	04
02 GESTIÓN DE STOCKS	05
03 GESTIÓN DE VENTAS	06
04 ESTRUCTURAS DE COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL	07
05 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES	08
06 POSIBILIDADES TECNOLÓGICAS Y ESTRATÉGICAS DE LA RED ..	09
07 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES	10
08 GESTIÓN DE PRECIOS	11
09 EXPERIENCIA DE COMPRA	12
10 LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO.....	13



MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

01

Un comercio centrado en el cliente es el que entiende el coste y el valor de los clientes, pone los medios para incrementar el tiempo de relación con éstos, optimiza su desarrollo en forma de mayores compras, mayor frecuencia, ventas cruzadas, etc., y convierte a los clientes en clientes apasionados y “evangelistas” del comercio.

Líneas de especialización:

- 1.1 MARKETING RELACIONAL:** la herramienta para la fidelización de clientes en el pequeño comercio
- 1.2 ECO-COMMERCE & SOCIAL COMMERCE:** estrategias de responsabilidad social corporativa en el sector de la distribución comercial
- 1.3 EL CONSUMO MULTICANAL:** hábitos de compra on line y off line para el nuevo consumidor
- 1.4 BOOMERS:** el nuevo negocio de la nostalgia
- 1.5 PROSUMER:** el nuevo perfil de la persona consumidora activa y protagonista



MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL STOCKS

02

Las claves competitivas del entorno actual pasan por ofrecer un servicio rápido, personalizado, de calidad, fiable y al menor coste posible. Dentro de esta difícil ecuación, los stocks juegan un papel fundamental. Para lograrlo, podemos aplicar novedosos modelos de ecommerce, generar ingresos extra a través de la optimización de espacios en desuso e implementar soluciones tecnológicas para la localización de artículos.

Líneas de especialización:

- 2.1 CLICK & COLLECT:** Cómo maximizar el aprovechamiento de nuestro almacén
- 2.2 DROPSHIPPING:** Venta al por menor sin stock. Cómo funciona
- 2.3 TECNOLOGÍAS RFID:** Utilidades comerciales en la gestión de stocks



MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE VENTAS

03

La realización de una venta incluye muchos aspectos y muchas emociones a manejar, pasando por diversos momentos, desde la prospección, la presentación e información, el manejo de objeciones, el cierre de la venta, hasta nuestra propia reputación digital.

Líneas de especialización:

- 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:** Obtención de beneficios a partir de situaciones negativas
- 3.6 E-REPUTACIÓN:** El impacto del social media en las decisiones de compra



MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN ESTRUCTURAS DE GESTIÓN INTEREMPRESARIAL

04

Potenciar el valor y la rentabilidad de los comercios es posible mediante la colaboración (asociaciones en actuaciones puntuales), la cooperación competitiva (creación de redes colaborativas), la fusión (combinar elementos existentes de la forma adecuada), la aplicación de nuevos formatos comerciales (compartir espacios de trabajo) y de nuevos espacios de distribución (marketplaces para pequeños comercios).

Líneas de especialización:

- 4.1 LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ON LINE:** Juntarse para crecer
- 4.2 COMERCIO DE INTEGRACIÓN, UN NUEVO PARADIGMA:** la colaboración comerciante-fabricante
- 4.3 1+1=3. COMERCIO Y FUSIÓN:** Cómo crear sinergias en el sector de la distribución comercial
- 4.4 NUEVOS FORMATOS COMERCIALES:** los espacios co-working
- 4.5 EL CO-BRANDING:** Una asociación win to win



NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

05

El momento actual se caracteriza por la tecnología disruptiva o de ruptura, la digitalización, tanto para los sistemas productivos como para los distributivos, de comunicación o transmisión del conocimiento. El comercio minorista debe aprovechar y rentabilizar la filosofía 2.0 y 3.0 en la gestión comercial y en la relación con clientes.

Líneas de especialización:

- 5.1 VENDIENDO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES:**
Facebook y Pinterest
- 5.2 LA REVOLUCIÓN DIGITAL:** del producto al servicio
- 5.3 VENTA BAJO DEMANDA:** la customización y la impresión 3D
- 5.4 INTERNET DE LAS COSAS:** la próxima gran tendencia en consumo
- 5.5 LOS BENEFICIOS DEL BIG DATA APLICADOS AL COMERCIO REAL**



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

06

Los dispositivos móviles y las soluciones inteligentes abren una multitud de posibilidades para el comercio, desde técnicas novedosas de fidelización hasta el envío de ofertas personalizadas, aumentando las posibilidades de venta.

Líneas de especialización:

- 6.1 SHOPPING ON MOBILE:** Oportunidades para la venta a través de dispositivos móviles
- 6.2 CÓDIGO QR:** Cómo aprovecharlos para promocionar nuestro negocio
- 6.3 APLICACIONES DE LA GEOLOCALIZACIÓN**
- 6.4 SHOWROOMING VS WEBROOMING:** ¿Amenaza u oportunidad para el pequeño comercio?
- 6.5 LAS APP COMO HERRAMIENTAS DE FIDELIZACIÓN**
- 6.6 EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL INTELIGENTE**
- 6.7 EL EQUIPAMIENTO PERSONAL INTELIGENTE:** Smart watches & google glass





MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN NUEVOS FORMATOS COMERCIALES

07

Estamos en un momento de revalorización de los negocios mixtos: empresas tradicionales recientemente lanzadas al comercio electrónico (brick & click), posicionamiento en el mercado mediante las flagship (tienda más importante de una marca) y formas de compaginar establecimientos fijos con ubicaciones temporales (pop up shops).

Líneas de especialización:

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





MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA GESTIÓN DE PRECIOS

08

El mercado se ha polarizado entre productos de alto lujo y productos low cost, siendo necesario conocer sus ventajas y riesgos y saber cómo gestionar estos modelos de negocio. Además, han surgido innovadores sistemas de compra-venta en los que son los consumidores quiénes indican lo que quieren comprar y a qué precio.

Líneas de especialización:

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





MODELOS DE NEGOCIO BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

09

En su plan de acción de fidelización los comercios minoristas pueden aplicar herramientas 2.0, crear espacios de bienestar global e incluso incorporar máquinas de vending, posicionándose como servile brands (atender las necesidades y deseos de sus clientes) o como demanding brands (el cliente no siempre tiene la razón).

Líneas de especialización:

- 9.1 PLANES DE FIDELIZACIÓN 2.0.**
- 9.2 POSICIONAMIENTO COMERCIAL:** Servile Brands vs Demanding brands
- 9.3 EXPERIENCE-STORES:** Cómo generar y gestionar la experiencia de compra
- 9.4 EL VENDING:** Herramienta de fidelización
- 9.5 REDES SOCIALES:** Herramientas de relación con la clientela



HERRAMIENTAS PARA LA DETECCIÓN DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

10

El desarrollo de la capacidad creativa, el análisis del comportamiento de las personas consumidoras mediante retail labs; el conocimiento de las tendencias, gustos, motivaciones y preferencias a través de coolhunting; la construcción de cuadros de tendencias de consumo y la creación de cuadros de mando de la experiencia de la clientela que faciliten indicadores claros y objetivos, son herramientas clave en la detección de nuevos modelos de negocio.

Líneas de especialización:

- 10.1 TÉCNICAS DE CREATIVIDAD:** Herramientas de innovación en el comercio
- 10.2 COOLHUNTING:** Herramientas para la detección de tendencias en el sector de la distribución comercial
- 10.3 RETAIL LABS:** Técnicas de análisis del comportamiento de las personas consumidoras en el punto de venta
- 10.4 CUADRO DE TENDENCIAS A TRAVÉS DE CANVAS:** Comprende y aplica cualquier tendencia de consumo
- 10.5 MAPAS DE EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES**

Información sobre cursos

Puedes informarte sobre la campaña formativa mediante los siguientes canales:

Web: www.merkataritza.net

Email: info@merkataritza.net

Teléfono: 944 47 60 66



@merkataritza



/merkataritzaberria

>>Dirigido a comercios de todos los sectores

>>Horarios compatibles con el comercio

>>Posibilidad de realizarlos en tu comarca

#PERSONA,
#HELBURU

EUSKO JAURLARITZA

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA LEHIAKORTASUN SAILA



#COMPROMISO #CON,
#LAS #PERSONAS

GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD



merkataritza