

# Programa de consultorías para el comercio de proximidad 2023



## **Planes de Mejora Comercial (PMC)**

Un PMC se basa en la aplicación de un programa individualizado para cada establecimiento, centrado en alguna de las diferentes áreas fundamentales en el desarrollo de la actividad del comercio minorista.

- A. Económica-financiera.
- B. Comunicación.
- C. Superficie de ventas.
- D. Relaciones con el cliente.
- E. Habilidades transversales.

La operativa del PMC consiste en la asistencia técnica en el comercio por un profesional especialista con el objetivo realizar un plan de acción tutelado, poniendo en marcha las técnicas y estrategias que mejoren la posición competitiva del establecimiento y dando como resultado el incremento en ventas, rentabilidad y satisfacción de los clientes.

Los PMC se desarrollan a través de un cronograma de procesos, dividido en cuatro fases secuenciales, para establecer un criterio de actuación a nivel técnico y estratégico en el cual basarnos en función de una planificación en un tiempo determinado, a fin de alcanzar los objetivos propuestos. En dichas fases, se plantean los siguientes trabajos a realizar:

1. Valoración y análisis inicial.
2. Plan de acción.
3. Desarrollo plan.
4. Valoración y análisis final.

## **Planes definidos.**

### **A. Económico-financiero.**

1. Plan de tesorería e informe para negociación bancaria.

### **B. Comunicación.**

2. Acciones Publicitarias en Facebook e Instagram.
3. Crea tu tienda en Facebook e Instagram.
4. Aprende a vender en Amazon.
5. Utiliza la publicidad para posicionarte en Google.
6. Vende a través del Marketplace de Correos.
7. Crea tu tienda online en tres sesiones.
8. Haz popular a tu negocio usando TikTok e Instagram.
9. Cómo crear una campaña de marketing a través de Whatsapp.
10. Comunicación creativa para tiendas de barrio.
11. Fotografía con Smartphone para redes sociales.
12. Vídeos con Smartphone para redes sociales.

### **C. Optimización del Punto de Venta.**

13. Diagnóstico del punto de venta.
14. Escaparatismo y visual merchandising.
15. Despierta emociones en tus clientes a través del interiorismo
16. Gestión estratégica de la superficie de ventas.
17. Gestión estratégica del lineal.
18. Gestión estratégica del surtido.
19. Señalización estratégica de la superficie de ventas.
20. Cómo incrementar tu ticket medio.
21. Haz de tu tienda un espacio de referencia.

D. Gestión de relaciones con el cliente.

- 22. Atención y gestión del público en la tienda.
- 23. Lenguaje no verbal.
- 24. Comunicación interpersonal.
- 25. Eres más de lo que piensas: multiplica tus clientes.

E. Habilidades transversales.

- 26. Gestiona el cambio. Establece nuevos puntos de partida.
- 27. Gestión de la adversidad.
- 28. Convierte el estrés en un factor positivo.
- 29. Gestiona tu tiempo de manera eficiente.
- 30. Dinamiza tu comercio a través de la creatividad.

### **1. Plan de tesorería e informe para entidad bancaria.**

Objetivo: establecer las necesidades reales de tesorería del comercio en función de su situación actual y sus previsiones de futuro.

Recurso proporcionado: informe en formato adecuado para entregar a instituciones y entidades de crédito. Tutela y acompañamiento en primeras visitas.

Consultor: Francisco López Asesores.

### **2. Acciones publicitarias en Facebook e Instagram.**

Objetivo: acceder de forma óptima a la herramienta de promoción y comunicación disponible en las redes sociales donde se encuentra la mayor parte del público objetivo de un comercio minorista.

Recurso proporcionado: Apoyo y tutorización en la creación de una campaña publicitaria en Facebook e Instagram.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

### **3. Crea tu tienda en Facebook e Instagram.**

Objetivo: Dominar la herramienta Facebook Business con solvencia permitiendo a los usuarios gestionar las tiendas en estas redes sociales, ya sea con venta directa, o venta indirecta.

Recurso proporcionado: Creación de tienda y catálogo. Tutorización de los primeros pasos.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **4. Aprende a vender en Amazon.**

Objetivo: utilizar el canal de venta online más poderoso en la actualidad para acceder a segmentos de mercado en los que no se tiene presencia.

Recurso proporcionado: Tutorización en la creación del Marketplace más adecuado el comercio, en función de los parámetros pertinentes.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **5. Utiliza la publicidad para posicionarte en Google.**

Objetivo: llegar a nuevos segmentos de mercado a través de la utilización de las herramientas que proporciona la Red de una forma eficaz y eficiente.

Recurso proporcionado: Tutorización en la creación de una campaña publicitaria a través de Google Adwords.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **6. Vende a través del Marketplace de Correos.**

Objetivo: utilizar este canal de venta online alternativo y emergente para incrementar y optimizar nuestros segmentos de venta en la Red.

Recurso proporcionado: Tutorización en la creación de un espacio de venta a tu medida en esta herramienta.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **7. Crea tu tienda online en tres sesiones.**

Objetivo: ampliar nuestra potencialidad de venta añadiendo un nuevo canal con el que ofrecer nuestros productos a clientes actuales y potenciales.

Recurso proporcionado: Tutorización en la creación de una tienda online utilizando la herramienta Weebly.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Murcia

#### **8. Haz popular tu negocio usando TikTok e Instagram.**

Objetivo: aprender a manejar la herramienta y a generar contenidos en TIK TOK para ser publicados también en Instagram y Youtube.

Recurso proporcionado: Tutorización en la configuración adecuada de la cuenta, planificación de publicaciones y generación de contenidos.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **9. Como crear campañas de marketing a través de Whatsapp.**

Objetivo: Conseguir un uso eficaz de esta herramienta, cumpliendo de manera estricta con toda la normativa referente a la protección de datos.

Recurso proporcionado: Plan de acción en el que incluye la segmentación de la base de datos de contacto y su adaptación a los diferentes objetivos: captación, fidelización y asistencia técnica.

Consultoras: M<sup>a</sup> Mar Rodríguez y Ana Belén López

#### **10. Comunicación creativa para tiendas de barrio.**

Objetivo: analizar de manera práctica recursos que contribuyan a mejorar la comunicación para conseguir un mayor posicionamiento on y offline.

Recurso proporcionado: Informe autodiagnóstico de mejora, guía de acciones a realizar y ejemplos personalizados.

Consultoras: Pilar Larrotcha y Sonia de la Iglesia.

### **11. Fotografía parar redes sociales con tu smartphone.**

Objetivo: Conseguir fotografías de calidad para nuestras redes sociales, desde la preproducción y desarrollo de ideas, hasta la captación de imágenes y edición, todo ello desde nuestro Smartphone.

Recursos proporcionados: Asesoramiento integral para la ejecución de fotografías publicitarias y su publicación en redes sociales, centrándonos principalmente en la utilización nuestro móvil como cámara de fotos y editor de imágenes.

Consultor: Txete García

### **12. Vídeos para redes sociales con tu smartphone.**

Objetivo: Aprender a utilizar nuestro smartphone como cámara de video, para realizar piezas audiovisuales de calidad, y generar todo tipo de contenidos para nuestro negocio. Organizar la preproducción e idea de nuestro video, rodaje de la pieza audiovisual, edición y subida de nuestro archivo a las redes sociales.

Recursos proporcionados: Tutorización y realización de varias piezas audiovisuales, desde la idea hasta la salida del archivo.

Consultor: Txete García

### **13. Diagnóstico del Punto de Venta.**

Objetivo: Análisis de aspectos clave en la gestión del espacio dedicado a la exposición y venta al público.

Recursos proporcionados: Informe de valoración con detalle del estado actual y propuestas de mejora.

Consultor: Ricardo Palomares.



#### **14. Escaparatismo y visual merchandising.**

Objetivo: Optimización del espacio dedicado al escaparate, enfocando la estrategia en el mensaje y atracción comercial que debe ejercer el mismo.

Recursos proporcionados: diseño y asistencia en la producción de uno de los escaparates con los que cuente el establecimiento (no se incluyen materiales).

Consultora: Helia de San Nicolás.

#### **15. Despierta emociones en tus clientes a través del interiorismo.**

Objetivo: creación de atmósferas emocionales en el establecimiento, a través de la psicología del color y el buen uso de la iluminación y el mobiliario.

Recursos proporcionados: Informe de valoración con detalle del estado actual y propuestas de mejora.

Consultora: Helia de San Nicolás.

#### **16. Gestión estratégica de la superficie de ventas.**

Objetivo: maximizar la rentabilidad de la superficie dedicada a la exposición y venta al público, aplicando técnicas que le otorguen capacidad de venta por sí misma.

Recursos proporcionados: Reorganización de los diferentes elementos integrantes del punto de venta. Planificación, puesta en práctica y medición de resultados.

Consultor: Ricardo Palomares.

### **17. Gestión estratégica del lineal.**

Objetivo: maximizar la rentabilidad de los diferentes lineales existentes en el establecimiento.

Recursos proporcionados: Valoración y propuesta mejorada de la disposición de los productos en los lineales. Planificación, puesta en práctica y medición de resultados.

Consultor: Ricardo Palomares.

### **18. Gestión estratégica del surtido.**

Objetivo: diseñar la oferta de productos y servicios que más se ajusten a las necesidades y deseos de nuestro público objetivo.

Recursos proporcionados: Valoración y propuesta mejorada del surtido actual del comercio.

Consultor: Ricardo Palomares.

### **19. Señalización estratégica de la superficie de ventas.**

Objetivo: conocer, analizar y poner en práctica estrategias de comunicación y promoción en la tienda física para vender más, siendo más rentables y competitivos.

Recursos proporcionados: Valoración y propuesta mejorada de los elementos de comunicación gráfica utilizados por el comercio. Planificación, puesta en práctica y medición de resultados

Consultor: Ricardo Palomares.

## **20. Cómo incrementar tu ticket medio.**

Objetivo: Identificar a los clientes más rentables, interactuar con ellos, atraerlos al negocio y conseguir que incrementen sus compras.

Recursos proporcionados: informe con plan de acción y breve entrenamiento en la puesta en práctica de la metodología propuesta.

Consultor: Ricardo Palomares

## **21. Haz de tu tienda un espacio de referencia.**

Objetivo: Analizar las claves que puedan hacer que tu comercio se consolide y posicione óptimamente.

Recursos proporcionados: Informe autodiagnóstico de mejora, guía de acciones a realizar y ejemplos personalizados.

Consultoras: Pilar Larrotcha y Sonia de la Iglesia.

## **22. Atención y gestión del público en la tienda.**

Objetivo: Profesionalización del proceso de atención y venta, así como de la gestión de las relaciones con los clientes.

Recursos proporcionados: Revisión de los diferentes procesos de venta y entrega de resumen ejecutivo con propuestas de actuación y mejora.

Consultora: Lola Jiménez.

## **23. Lenguaje no verbal en tus relaciones con el cliente.**

Objetivo: Trabajar de los gestos, posturas o formas de hablar en nuestra manera de comunicarnos.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: Raquel Aullón.

#### **24. Comunicación interpersonal.**

Objetivo: Trabajar los puntos fundamentales para conseguir una comunicación eficaz entre vendedor y cliente.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: Raquel Aullón.

#### **25. Eres más de lo que piensas. Multiplica tus clientes.**

Objetivo: Redefinir tu negocio, sacando a la luz aquellas potencialidades no utilizadas que pudieran satisfacer necesidades de tu público objetivo.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: María Martínez Azorín.

#### **26. Gestiona el cambio. Establece nuevos puntos de partida.**

Objetivo: Redefinir tu negocio, sacando a la luz aquellas potencialidades no utilizadas que pudieran satisfacer necesidades de tu público objetivo.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: María Martínez Azorín.

#### **27. Gestión de la adversidad.**

Objetivo: Aplicación de la inteligencia emocional en situaciones adversas con el fin de efectuar una gestión de los diferentes escenarios que nos permita evolucionar hacia una mejora continua.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: Montse Pereira.

## **28. Convierte el estrés en un factor positivo.**

Objetivo: prevenir y aprender técnicas para gestionar y solucionar el estrés individual y del equipo, aprovechando la parte positiva del mismo para una mayor eficacia en la gestión del negocio.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: Montse Pereira.

## **29. Gestiona tu tiempo de manera eficiente.**

Objetivo: identificar a los ladrones de tiempo en el trabajo, planteando alternativas de funcionamiento que nos permita aproximarnos a la mayor optimización de tareas posible.

Recursos proporcionados: informe de valoración de situación de partida, propuestas de mejora y pautas a seguir en el futuro.

Consultora: Montse Pereira.

## **30. Dinamiza tu comercio a través de la creatividad.**

Objetivo: Inculcar nuevas formas de pensar que potencien el éxito en la venta y captación de clientes a través de la metodología Design Thinking.

Recursos proporcionados: Desarrollo estratégico creativo y práctico, basado en un plan de acción adaptado a las necesidades del comercio.

Consultora: Montse Pereira.

## Consultores

**Mar Rodríguez:** Directora de la Agencia de Marketing Online, Aquere Social Media, especialista en marketing para comercio minorista, profesora marketing en la Universidad de Murcia y consultora estratégica en Marketing y Canal digital. Licenciada en Periodismo, especialista en Marketing Online y Máster de Formación de Profesorado con la especialidad de Procesos y Medios de Comunicación.

**Ana Belén López:** Directora de la Agencia de Marketing Online, Aquere Social Media, especialista en marketing para comercio minorista, profesora de estrategia de marketing en la UMU, Licenciada en ADE, profesora de logística en FP, consultora estratégica de Marketing y Canal digital.

**María Martínez Azorín:** María M. Azorín, licenciada en pedagogía por la UMU, mediadora sociofamiliar y educativa, especialista en desarrollo del pensamiento divergente y creativo. Profesora de Servicios a la Comunidad en centros educativos de titularidad pública de la CARM. Coordinadora de "María M. Azorín. Pedagogía y orientación socio familiar, educativa y laboral"

**Montse Pereira:** Especialista en consultoría enfocada a identificar y potenciar lo mejor de cada profesional, aplicando herramientas para mitigar el estrés y las creencias limitantes, y dar luz a las habilidades de la persona. Dieciocho años acompañando a empresas, entidades públicas y asociaciones.

**Helia de San Nicolás:** Arquitecta y doctora en Composición Arquitectónica. Desde hace varios años imparte talleres de escaparatismo e interiorismo emocional. Ha colaborado en el Murcia Shops Forum (2020 y 2021), con Confecomerç (2021), en Retail Future (Valencia, 2022) y coordinado

Reanimarte (2018), Música en la Vitrina (2019) y Murcia en la Vitrina (2021 y 2022) junto a la Cámara de Comercio de Murcia.

**Raquel Aullón:** Licenciada en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid y Experta en Arte Dramático Aplicado por la Universidad de Alicante. Ha pasado la mayor parte de su vida ligada a los medios de comunicación. En la actualidad es formadora de Oratoria y habilidades comunicativas para profesionales. Imparte clases de esta materia como colaboradora en las Universidades de Murcia, Cartagena y Alicante, además de otras instituciones públicas y privadas.

**M<sup>a</sup> Dolores Jiménez:** Máster en Marketing y Dirección Comercial por la Escuela Europea de Negocios, Consultora Certificada en Habilidades Conductuales (DISC) y Coach Comercial por la Cámara de Comercio Internacional de Barcelona, Nivel 2 en comunicación no verbal. Responsable de Relaciones Institucionales y de Empresa en la Escuela Europea de Negocios, CEO de Format-e, Consultoría especializada en análisis conductual DISC, formación de equipos comerciales y de personas en venta B2B y B2C.

**Ricardo Palomares Borja:** Consultor y formador de retail marketing con más de 30 años de experiencia en la impartición, dirección y coordinación de proyectos de consultoría y formación de marketing estratégico aplicado al punto de venta con el objetivo de promover y desarrollar la innovación y la excelencia en las empresas minoristas.

**Pilar Larrotcha:** Directora creativa y socia fundadora del Estudio Paparajote. Licenciada en CCEE y EE por la Universidad de Murcia, Técnico Superior en Dirección de Marketing por la Escuela de Negocios, Posgraduada en Diseño y Dirección de Arte en la Escuela Elisava de Barcelona (Universidad Pompeu Fabra). Cuenta con una trayectoria de más de 15 años de trabajo como creativa, gráfica y directora de arte. Especialista en creación y desarrollo de

marcas, productos, así como en comunicación y dirección de arte de eventos tanto para pequeños clientes como para grandes empresas e instituciones.

**Sonia de la Iglesia:** Directora creativa y socia del Estudio Paparajote. Diplomada en gráfica publicitaria en la Escuela de Arte de Murcia, con una trayectoria de más de 10 años de trabajo como creativa, gráfica e ilustradora. Especialista en creación y desarrollo de marcas, productos, web y comunicación digital para pequeños clientes como para grandes empresas e instituciones.

**Txete García:** Realizó sus estudios de fotografía en la conocida Escuela de Estudios del Vídeo y la Imagen de Madrid. Comenzó su carrera profesional como fotógrafo de moda y publicidad junto a Gustavo Queipo, trabajando para importantes agencias publicitarias de la capital (Saatchi&Saatchi, McCann Erickson, TBWA, Publicis). Posteriormente, cambió su residencia al País Vasco, trabajando para distintas agencias publicitarias y siendo colaborador de varias revistas de deportes (Pedalier, Surfer Rule, Surf Europe). Actualmente, continúa su carrera trabajando para distintas firmas y agencias publicitarias de la Región y compaginando su actividad profesional con la impartición de cursos de imagen en distintos centros de formación de diversos puntos del territorio nacional.