

V JORNADAS DE COMERCIO: "NUEVAS TÉCNICAS DE VENTA PARA TU COMERCIO"

DIRIGIDO A:

Empresarios, directivos y propietarios de negocios que muestren interés en conocer las nuevas técnicas de venta que se están utilizando para atraer a los consumidores.

CUÁNDO

Octubre de 2013

1ª JORNADA martes 1 octubre de 15:00 a 16:30 h.

2ª JORNADA martes 8 octubre de 15:00 a 16:30 h.

3ª JORNADA martes 15 octubre de 15:00 a 16:30 h.

4ª JORNADA martes 22 octubre de 15:00 a 16:30 h.

DÓNDE

Cámara de Comercio, Navegación e Industria de Castellón
Avda. Hermanos Bou nº 79
www.camaracastellon.com

INSCRIPCIÓN

Inscripción GRATUITA

Plazas limitadas por orden de inscripción en:
<http://camaracastellon.com/jornadascomercio>

MÁS INFORMACIÓN

María Luisa Arenós
larenos@camaracastellon.com
617308355

V JORNADAS DE COMERCIO

"Nuevas Técnicas de Venta
en tu Comercio"

Martes:
1, 8, 15 y 22
Octubre
Castellón

Organiza



Colabora



Organiza



PROGRAMA

MARTES 1 DE OCTUBRE

15:00 h.-16:30 h. Inauguración de las Jornadas PONENCIA

El marketing sensorial desarrolla acciones comerciales dirigidas al consumidor utilizando para ello los cinco sentidos, convirtiendo así el acto de comprar en una experiencia única. Vista, gusto, tacto, oído y olfato, son factores clave a la hora de realizar una compra; porque la razón es la que guía al consumidor, pero sus emociones son las que deciden. Las dos ponencias siguientes tratan de explicar cómo influyen los cinco sentidos en la experiencia de compra, y cómo los comercios pueden utilizarlo para incrementar sus ventas.

"La vista, el gusto y el tacto"

Ponente: D. Ricardo Palomares, Consultor experto en retail marketing en el ámbito nacional e internacional, actualmente gerente de Marketing Retail Solutions. Profesor en la Escuela de Negocios Lluís Vives, en ESIC, en la Fundación Universidad - Empresa, así como en programas de Acción y Desarrollo Internacional para América Latina. Es autor de diversos estudios de investigación y publicaciones sobre retail marketing aplicado a los nuevos formatos comerciales.

MARTES 8 DE OCTUBRE

15:00 h.-16:30 h. PONENCIA

"El oído y el olfato"

Ponente: D^a. Inmaculada López, Experta en RRHH, especializada en head-hunter y coaching empresarial, actualmente trabaja en su propia consultoría de RRHH. Ha trabajado en el departamento de RRHH de ZARA en Londres, en varias consultoras de RRHH como Michael Page, Bayden, Tea -cegos. Actualmente da clases en la UNIVERSIDAD CATÓLICA de Valencia, ESIC, CEF y CÁMARA COMERCIO DE VALENCIA Y CASTELLÓN.

MARTES 15 DE OCTUBRE

15:00 h.-16:30 h. PONENCIA

"El establecimiento comercial tradicional: potencia tu valor añadido"

El comercio *online* ha afectado de forma significativa la marcha del comercio físico tradicional. La posibilidad del potencial comprador de evaluar los productos en dos espacios de venta distintas lleva inequívocamente la realización de nuevas prácticas comerciales como el ROPO (*Research Online and Purchase Offline* o viceversa *Research Offline and Purchase Online*) o la necesidad de adoptar nuevas estrategias comerciales como las nuevas técnicas SOLOMO (Técnicas de ventas Social-local y *Mobile*). El nuevo panorama comercial requiere cambios importantes del mundo actual.

El punto de venta debe de cambiar para revalorizar su función y volverla a poner en valor frente a los establecimientos online y el comportamiento oportunista del consumidor.

Ponente: Prof. Dr. Luis Callarisa, Profesor Titular de Universidad del Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I. Actualmente es Vicedecano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas desde mayo 2010.

MARTES 22 DE OCTUBRE

15:00 h.-16:30 h. PONENCIA

"La tecnología que nos acerca al cliente"

Teoría y práctica de diferentes estrategias tecnológicas para captación y fidelización del usuario:

Para llegar a nuestros clientes primero debemos de lograr que nos escuchen, conozcan nuestra marca, producto, servicio, que se hagan eco de nuestra conversación y nos ayuden en el boca a boca, las redes sociales juegan un papel fundamental en esta primera fase del desarrollo.

Nuestros seguidores experimentarán una evolución a contactos o leads (candidatos) cuando muestren interés por nosotros. Ya tenemos su atención, pero todavía no hemos cerrado venta.

Ponente: D. Carlos Sánchez, Ingeniero Superior en Informática por la Universidad Jaime I de Castellón. Actualmente, es gerente de Aticsoft, un proyecto que ofrece servicios sobre el desarrollo web y comercio electrónico, el desarrollo de software a medida y la integración con plataforma sociales.