

## **DIAGNÓSTICO DEL PUNTO DE VENTA**

La vida cotidiana en la gestión de nuestro comercio hace que, intentando resolver los problemas de gestión, de reparación, de personal, etc, se nos haga difícil plantearnos pausadamente si estamos sacando la máxima rentabilidad a nuestro negocio.

En un acto de compra influyen muchos factores: ¿por qué nuestro cliente entra en la tienda con un determinado propósito?; ¿le podemos fomentar la compra por impulso?; ¿es adecuada la distribución del mobiliario de los productos, o de la iluminación?; ¿sabemos cuáles son nuestros costes reales?; ¿conocemos nuestro margen comercial por producto?.

Todas estas cuestiones, así como cualquier otra que se plantee en cuanto a la gestión integral de su negocio pueden ser resueltas sometiendo al establecimiento comercial a un simple diagnóstico.

El **“Diagnóstico del Punto de Venta”** consiste en el chequeo del establecimiento comercial, en todas sus facetas, para poder determinar cuál es la estructura de su gestión comercial, así como sus puntos fuertes y débiles, con el objetivo final de conseguir una mayor rentabilidad de su punto de venta.

Con la aplicación de esta herramienta un equipo de consultores homologados, con una alta especialización en el sector comercial, determinará el estado del comercio y propondrán unas recomendaciones técnicas con el objeto de incrementar la competitividad del establecimiento comercial, bien mediante la mejora en la eficacia de la gestión, bien orientando al comerciante en las inversiones necesarias con este fin.

La finalidad del mismo es facilitar a las empresas comerciales una herramienta cuyos resultados permitan:

- Conocer el estado actual del comercio.
- Evaluar la calidad y eficiencia de sus métodos de gestión.
- Identificar problemas y riesgos existentes, y anticiparse para resolverlos.
- Servir de base para la elaboración de planes técnicos o estratégicos que consoliden su establecimiento en el futuro y aumenten su competitividad.
- Orientar las inversiones a un máximo de rentabilidad.

La metodología del estudio, cuyo contenido es absolutamente confidencial, comprenderá las siguientes áreas:

- 1- Descripción y caracterización del punto de venta.
- 2- Análisis de la zona de influencia comercial. El micromercado.

- 3- Servicios al cliente
- 4- La imagen de la tienda
- 5- Merchandising
- 6- Promoción y publicidad
- 7- Diagnóstico económico-financiero. Rentabilidad de la actividad comercial.
- 8- Marketing Digital. Gestión on line y web del negocio.
- 9- DAFO
- 10-Diagnóstico y recomendaciones

#### **Fases de implantación del proyecto**

- Análisis de las empresas según el sistema de diagnóstico.
- Seguimiento de la aplicación de las recomendaciones propuestas.
- Conclusiones y resultados.

#### **DIRIGIDO A:**

Empresas del Sector del Comercio Minorista con sede social o, al menos, con un punto de venta ubicado en la Provincia de Valencia, cuya clasificación en el Impuesto de Actividades Económicas se incluya en los Grupos 64, 65 y 66, Comercio al Menor.

La participación en el Programa será **gratuita** para las empresas seleccionadas.

**PLAZAS LIMITADAS. La selección se realizará por orden de inscripción.**