

Afsætning i detailhandlen

Kort fortalt

Efter uddannelsen kan du analysere og vurdere marketing- og afsætningsøkonomiske problemstillinger og beherske mulige måder til at påvirke butikkens resultat.

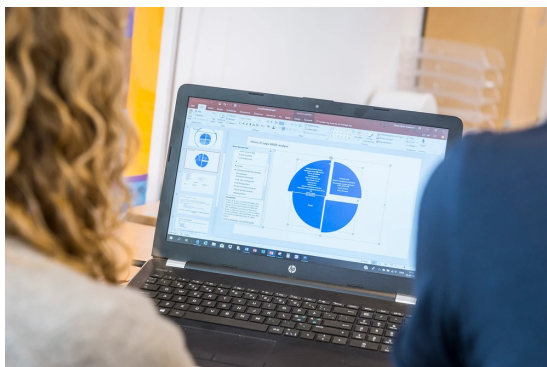
Kursusinfo

Vind kunder via differentiering

Kurset henvender sig til butiksansatte, som ønsker at arbejde aktivt med de udfordringer, den fysiske butik står over for. Ud fra butikkernes profil, koncept og målgruppe arbejdes der med emner som salgsklar butik, butiksindretning, sortimentssammensætning samt kommunikation med kunder som midler til differentiering. Deltagerne får inspiration til at tænke i nye baner for at øge afsætningen i butikken.

På kurset beskæftiger deltagerne sig også med begrebet Cross Channel, hvor der tages udgangspunkt i samspillet mellem den fysiske og virtuelle butik – og hvilke muligheder der er for at opnå synergi. Ligeledes arbejdes der med forståelse af butikkens nøgletal, da dette er en vigtig faktor i en konkurrencepræget verden.

Efter endt kursus vil butikken få en medarbejder hjem, der kan komme med konstruktive forslag til justeringer af butikkens profil og indsatsområde med henblik på at kunne differentiere sig fra konkurrenterne – såvel fysiske som virtuelle.



Kursets indhold

- Detailbranchen i dag
- Den fysiske vs. virtuelle butiks styrker og udfordringer
- Profil, koncept og målgruppe – statisk eller dynamisk?
- Differentiering gennem interne og eksterne virkemidler i butikken
- Øvelser i at iscenesætte butikken og skabe oplevelser via god service
- Fra tilfreds kunde til ambassadør
- Cross Channel
- Fra plan til praksis – handlingsplan udarbejdes
- Effektmåling og påvirkning af butikkens nøgletal

Antal kursusdage

2 dage

Kontakt



Kristina Damborg
Lundsgaard
Kursussekretær
27886014
kklu@ah.dk

Kursuspris

AMU-pris:
DKK 416,00

**Uden for AMU-
målgruppe:**
DKK 1.329,90

Tilmelding



Fag: Afsætning i detailhandlen

Fagnummer: 48370	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 416,00	Uden for målgruppe: DKK 1.329,90

Målgruppe: Kurset retter sig mod faglærte og ufaglærte medarbejdere, der arbejder med indkøb, salg og afsætning i detailhandlen.

Beskrivelse: Deltageren kan selvstændigt analysere og vurdere relevante problemstillinger og opstille mulige løsninger på en række marketingsmæssige og afsætningsøkonomiske spørgsmål samt vurdere og analysere det marked butikken agerer på. Deltageren kan udregne og forstå butikkens nøgletal og begreber som eksempelvis kontaktpriis, bruttoavance og basket size og anvender dem i forhold til opstillede mål.

Deltageren kan opstille løsninger til at øge afsætningen i butikken, eksempelvis med inddragelse af nye afsætningsmuligheder og -kanaler (samspeilet mellem butik og sociale medier /internethandel), sortimentets betydning, varernes placering og det personlige salg ud fra kendskabet til grundlæggende afsætningsmæssige redskaber.