

Perakendecilik Sertifika Programı

Programın Tanımı

Perakendecilik Sertifika Programı, perakende mağazaların etkin ve verimli bir biçimde yönetilmeleri için gerekli olan bilgileri vermeyi hedeflemektedir. Programda yer alan dersler aracılığıyla bir mağaza yönetiminin çeşitli boyutları incelenmektedir. Perakende satışın özellikleri ve satış yönetiminin yanı sıra mağaza müşterileri ile ilişkilerin nasıl oluşturulup yönetileceği konularında ayrıntılı bilgiler sunulmaktadır.

Hedef Kitle

Bu sertifika programı, perakende mağaza sahiplerine ve perakende mağazalardaki yöneticilere/yönetici adaylarına yöneliktir.

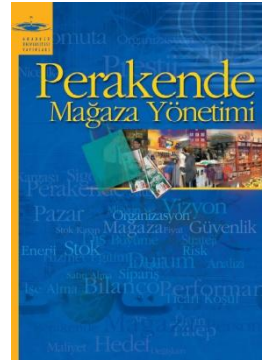
Kapsamı

Perakendecilik Sertifika Programı aşağıdaki 3 dersi içermektedir:

- 2461 - Perakende Mağaza Yönetimi
- 2463 - Perakendecilikte Müşteri İlişkileri ve Yönetimi
- 2464 - Kişisel Satış ve Satış Yönetimi

2461 - Perakende Mağaza Yönetimi

Kitabımızın yazım sürecinde, perakende dünyasının dinamik yapısını kapsayacak şekilde "Perakende Yönetimi"nin temel konularının ele alınması ana hedefimizdir. Perakendeciliğin, teknolojiyi de içine alarak, küresel ölçekte büyüyüp gelişmeye başladığı bir dönemi yaşıyoruz. Neredeyse her gün, perakende dünyasında yaşanan teknolojik yenilikleri ya da uluslararası zincirlerin Türk perakende zincirleriyle birleşmelerini, işbirliği yapmalarını haber olarak okuyoruz. Bu gelişmelere ek olarak, günümüz tüketicisi, perakendeciler ile karşılıklı etkileşim içine girmekte, ihtiyacı olan bilgileri kolayca bulabilmelerini sağlayan, yaşamlarını kolaylaştıran perakendecilerden alım yapmayı tercih etmektedir. Tüketiciler ile karşılıklı etkileşim içine girmeyi, aradıkları bilgileri kolayca onlara vermeyi görev edinmiş perakendeciler ise, bilgisayar sistemlerinden, lojistik ve tedarik zincirlerinden yararlanmakta, çağrı merkezleri, müşteri ilişkileri birimleri, İnternet ya da kiosk gibi araçları uygun bir bileşim ile bir araya getirmeye çalışmaktadır. Perakendecilerin yaptığı her şey, tüketicilerin satın alma deneyimini olabildiğince keyifli, olabildiğince kolay yaşamaları içindir. Satın alma deneyiminin tüketici için en iyi değeri üretmesi perakendecilik sektörünün lokomotifidir.



Perakende Mağaza Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2006.

Üniteler

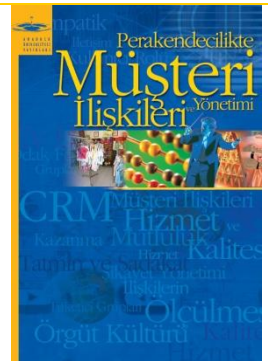
- 1 Perakendecilikte Stratejik Planlama Süreci
- 2 Perakendeci Kurumların Organizasyonu
- 3 Perakendeci Kurumlarda İnsan Kaynakları Yönetimi
- 4 Perakendeci Kurumlarda Finansal Yönetim
- 5 Perakendeci Kurumlarda Operasyon Yönetimi
- 6 Perakendecilikte Envanter Yönetimi
- 7 Perakendecilikte Fiyatlandırma
- 8 Perakendecilikte İletişim Karması

e-Öğrenme

- | | |
|---------------|-------------------------------------|
| e-Ders | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e-Kitap | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e-Televizyon | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e-Alıştırma | <input type="checkbox"/> |
| e-Sınav | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e-Danışmanlık | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e-Sesli Kitap | <input type="checkbox"/> |

2463 - Perakendecilikte Müşteri İlişkileri ve Yönetimi

Günümüzün oldukça beğeni kazanan mesleği haline gelen Perakendecilik uygulamalarında özellikle Müşteri İlişkileri konusu büyük öneme sahiptir. Etkilerini günlük yaşantımızda her an alışveriş yaparken hissettiren Perakendecilikte Müşteri İlişkileri Yönetimi kavramları ve uygulamaları ders kitabı, bu konudaki becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır. Kitap, kuramın yanısıra uygulamaya da ağırlık veren ve sizlerin gerekli alt yapıyı öğrenmeniz ve uygulamada başarılı olmanız amacıyla hazırlanmıştır.



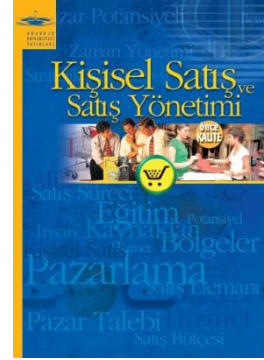
Perakendecilikte Müşteri İlişkileri ve Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2006.

| | | | | |
|----------|--|-----------|---------------|-------------------------------------|
| Üniteler | 1 Müşteri İlişkileri Kavramı ve Özellikleri | e-Öğrenme | e-Ders | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 2 Müşterilerle İletişim: Empatik İletişim | | e-Kitap | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 3 Müşteri Hizmeti ve Hizmet Kalitesi | | e-Televizyon | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 4 Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati | | e-Alıştırma | <input type="checkbox"/> |
| | 5 Müşteri Kazanma ve Elde Tutma Programları | | e-Sınav | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 6 CRM'e Yönelik Temel Kavramlar | | e-Danışmanlık | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 7 CRM'e İlişkin Uygulamalar | | e-Sesli Kitap | <input type="checkbox"/> |
| | 8 Müşteri Şikayetleri ve Şikayet Yönetimi | | | |
| | 9 Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi | | | |
| | 10 Müşteri Odaklı Örgüt Kültürü | | | |
| | 11 Müşteri Odaklı Örgüt Kültürü Uygulamaları | | | |

2464 - Kişisel Satış ve Satış Yönetimi

Satış, bir yanıyla günlük, bir yanıyla uzun vadeli bir süreçtir. Bugünkü satışları gerçekleştirirken, yarını da kazanan satış gücü profili giderek önem kazanmaktadır. İyi bir satış elemanı, sadece satışta değil, iletişimde, kendini tanımada, ihtiyaç belirlemede, problem çözmede, mesaj alma ve iletmede de profesyonel olmak durumundadır. Kişisel satış ve satış yönetimi konularına yönelik eğitim, iletişim tekniklerinden hareketle, hem müşteri hem de firmanın kazançlı olduğu ilişkiyi hayata geçirmeyi, yalnızca satış elemanlarına değil aynı zamanda paydaşlara da öğretmeyi hedeflemektedir. Satış; bir firmanın yaşamını sürdürülebilmesi için vazgeçilmez bir gereksinimdir. Ne kadar kaliteli ve ekonomik üretim yapılırsa yapılsın, üretilenin müşterisini bulma, müşteriyi üretilen hakkında bilgili kılma ve sonuçta memnun bir müşteri yaratma durumunda istenilen başarının sağlanması söz konusu olacaktır. Satış, profesyonel bir çaba gerektirir. Satış işinde çalışmak için belirli bir okulun belirli bir bölümünü tamamlamış olmak ön koşulunun yanı sıra satış işinde çalışmak için görünüm, davranış, bilgi, duyarlılık, olgunluk gibi temel satış teknikleri konusunda uygulamaya dönük bir eğitim almak ve ileri aşamalarda da başarı için ürün, müşteri, ilişki ve sunum stratejileri geliştirmek gereklidir. Bu bakış açısı ile görmekteyiz ki satış işi uzun soluklu ve hiç bitmeyen kuramsal ve uygulamalı bir eğitim sürecidir.

Perakende sektöründe satış, her şeyden önce doğrudan müşteri teması gerektirdiğinden "müşteri memnuniyeti" ilkesine inanan, müşteri ihtiyaçlarını ve beklentilerini doğru algılayıp uygun çözümler sunabilen, ürün bilgisini verdiği hizmetlere yansıtabilen, kendini doğru ifade edebilen, hizmet ettiği ürün grubundaki yenilikleri ve trendleri takip eden, güler yüzlü, kendine ve sattığı ürüne güvenen, başarı motivasyonuna sahip, kendini ve işini geliştirmeye açık, ekip çalışmasına yatkın bir satış gücünü gerektirmektedir. Gelişime açık olmak, sabırlı olmak başlangıçta hem kendinize hem de işe başlayacağınız kuruluşa zaman tanımak önemlidir. İyi bir satış yöneticisi olmak için önce yöneteceğiniz işin detaylarına hakim olmanız, satış ekibinizin yaşadığı zorlukları bilmeniz, sektörü, müşterilerinizi ve şirket ya da ürünlerinizin yarattığı katma değeri iyi tanımanız gerekir. Gerekirse en alt kademedeki başlayarak bu öğrenim sürecine girmek, gelişim göstermek, zamanla davranışsal ve iş sonuçları anlamındaki başarılarla zirveye tırmanmak hiç de zor olmayacaktır.



Kişisel Satış ve Satış Yönetimi,
Anadolu Üniversitesi Yayınları,
2006.

| | | | | |
|----------|--|-----------|---------------|-------------------------------------|
| Üniteler | 1 Kişisel Satış ve Pazarlama | e-Öğrenme | e-Ders | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 2 Kişisel Satış Süreci | | e-Kitap | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 3 Satışta İletişim Tarzları | | e-Televizyon | <input type="checkbox"/> |
| | 4 Satış Çabalarının Yönetimi ve Örgütlenmesi | | e-Alıştırma | <input type="checkbox"/> |
| | 5 Pazar Talebinin Tahmin Edilmesi ve Satış Bütçeleri | | e-Sınav | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 6 Satış Bölgelerinin Tasarımı ve Büyüklüğü ve Satış Kotaları | | e-Danışmanlık | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | 7 Satış Ekibinin Oluşturulması | | e-Sesli Kitap | <input type="checkbox"/> |
| | 8 Satış Ekibinin Eğitimi | | | |
| | 9 Liderlik ve Satış Ekibinin Güdülmesi | | | |
| | 10 Satışgücü Performansının Değerlendirilmesi | | | |