



editamos

Centro de innovación y formación profesional
para la industria editorial



CURSO

El vendedor de librería

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Planteamiento de los problemas fundamentales de las empresas y su resolución efectiva y económica.

Definición clara del segmento o target que atiende la librería, tipo de librería y libros que expende y medios o factores para lograrlo con éxito. Ubicación de la venta y las instalaciones dentro del contexto de una librería, procesos clave para un desenvolvimiento positivo de rentabilidad y desarrollo del negocio.

La mezcla más apropiada de los procesos de mercadotecnia, donde el servicio (promoción) se refiere a la atención y venta al consumidor. Conocimiento de las necesidades y conducta del consumidor. Conocimiento del libro, la librería y el librero, su importancia y funciones. La venta o servicio a los consumidores-clientes a través de la atención personal y no personal con que se cuenta, y de los diferentes tipos de venta.

OBJETIVO GENERAL

Conocer el sistema de ventas y de los servicios y esfuerzos de venta, personales y no personales para satisfacer las necesidades de los clientes y volverlos asiduos.

OBJETIVO PARTICULAR

Identificar los factores productivos y relacionales que influyen en el mejor resultado de las ventas de la librería, y aplicar los servicios para lograr una experiencia memorable de los clientes y provocar su compra, preferencia y recomendación.



ESTRATEGIA, ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Explicación del formador, uso moderado de soporte académico formal, uso de ejemplos prácticos y ejercicios sobre diferentes temas.

CONTENIDO TEMÁTICO

- Preguntas fundamentales: qué vender, para quién y cómo
- Mezcla de mercadotecnia: surtido, servicio y precio
- Consumidor: motivos de compra, idiosincrasia, perfil, hábitos de lectura, por qué prefiere, regresa y recomienda una librería e Imagen de la librería
- El Libro: definición, importancia, antecedentes, tipos y partes. Surtido, registro, clasificación, acomodo, señalización, consulta, medios de información, reposiciones y devoluciones

- La librería: definición, importancia, antecedentes, funciones, tipos
- El librero: definición, importancia, antecedentes
- Venta: Servicio: Sistema de ventas. Atención personal, no personal y de postventa
 - Servicio personal: Perfil del vendedor. Atención al cliente. El servicio personal hace la diferencia (video). Proceso anímico
 - Servicio no personal: Interno. Instalaciones. Promociones. Externo. Publicidad. Relaciones públicas. Patrocinio. *Publicity*
 - Tipos de venta: Interna. Externa. Directa. Mostrador. Autoservicio. Impulso. Internet. Telemarketing. Institucional o de mayoreo. Mixta





Enrique Richter Kanarski

Licenciado en Economía por la UNAM, Diplomado en Análisis Económico de la Universidad de Kent, Inglaterra y Master en Economía y Estudios Sociales de la Universidad de Manchester, Inglaterra. Ejecutivo y consultor de empresas, escritor, conferencista e instructor. En los últimos 18 años, dentro del comercio y la industria del libro: Director comercial de Librerías de Cristal, de Grupo Legaría y de Editorial Dofiscal. Director México de Verticalibros (USA) y de Buscalibre (Chile). Consultor de Cambridge University Press, de Aboitiz y Asociados, de Lerner Publishing Group, de Publidisa y del Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros (INDELI). Autor del libro *La librería y sus factores críticos de éxito*, editorial Trillas, México 2011, segunda edición, y de varios artículos en *Trama & Texturas*, *Nexos*, *Libros de México*†, *Quehacer Editorial*, *Arte y Comunicación Gráfica*, *Op Cit*† y *Hoja x Hoja*†. Conferencista en diversos eventos libresco en Conaculta-Casa Lamm, FIL del Palacio de Minería, Congreso de Libreros Mexicanos, Convención Anual de Ediciones Fiscales ISEF, Feria Internacional del Libro Politécnica del IPN, Coloquio sobre el Futuro del Libro del ITESM-INDELI-ILLAC, FIL de Guadalajara. Instructor en librerías y cadenas de librerías, como el Fondo de Cultura Económica, Porrúa, Educal, Suprema Corte de Justicia de la Nación, El Sótano, Instituto Politécnico Nacional, Parroquial de Clavería, y otras. Instructor en la Cátedra para Libreros INDELI y en el Diplomado Procesos Editoriales UNAM-CANIEM. Miembro de la Asociación de Libreros Mexicanos, A.C. (ALMAC) 2001 - 2015 (Director de comunicación, Tesorero y Presidente 2012-2014).

FECHAS

Fechas: lunes 9, miércoles 11 y viernes 13 de julio, 2018

Duración: 10 horas impartidas en 3 días

Primer día: 9 de julio de 10:00 a 14:00 horas

Segundo y tercer día: 11 y 13 de julio de 10:00 a 13:00 horas

Fecha límite de inscripción: miércoles 4 de julio

Nos reservamos el derecho a cancelar o posponer las actividades que reúnan el mínimo de participantes

FORMAS DE PAGO:

Banco Santander a nombre de: CANIEM
Transferencia: Cuenta 01 41 80 52 03 80 20 41 87

Cheque o depósito: Cuenta 52 03 80 20 4 18
Cargo a tarjeta de crédito y debito

Diseñamos cursos, seminarios y conferencias de acuerdo a los requerimientos de su empresa

Informes e inscripciones: Leticia Arellano
Teléfono directo: 5604 3294 Conmutador: 5688 2011 ext. 728
leticia.arellano@editamos.com.mx • arturo.ahmed@editamos.com.mx

Holanda 13, colonia San Diego Churubusco • Delegación Coyoacán 04120 • Ciudad de México

CamaraEditorial



@CANIEMoficial



CANIEM

