

Objetivo General

El programa de **Franquicias** busca el descubrimiento, por parte del auditorio, de una fórmula de distribución final alternativa al comercio tradicional que permite competir con otras fórmulas con mayor potencial de recursos.

Objetivos Específicos

- ♦ *Conocer el funcionamiento de las franquicias por dentro*
- ♦ *Descubrir las auténticas ventajas y los inconvenientes que encierra esta fórmula distributiva*

Beneficios

- ♦ *Ser capaz de valorar, desde la perspectiva del análisis profesional, la conveniencia o no de: elegir entre una franquicia u otra, escoger entre un comercio convencional ó una franquicia, etc.*
- ♦ *Confeccionar un modelo franquiciable a partir del negocio que actualmente estamos desarrollando*
- ♦ *Contrastar nuestro modelo de negocio con otros existentes franquiciados*

Dirigido a

- ♦ *Profesionales del marketing y las ventas*
- ♦ *Comerciantes y autónomos*
- ♦ *Inversionistas*
- ♦ *Nuevos emprendedores*
- ♦ *Asociaciones de comerciantes*
- ♦ *Gerentes de Planes de Dinamización Comercial*
- ♦ *Alumnos que participan en el Programa de Política de Distribución*

Metodología

Nosotros partimos de un concepto básico que dirige los destinos de los negocios orientados hacia el futuro: **La productividad se incrementa a través de la Innovación**

Por otra parte pensamos que, la Innovación no es otra cosa que la capacidad de combinar los factores de producción de la forma mas eficiente

Por tanto, basamos nuestra metodología en la combinación de todos los factores de que disponemos técnicos y humanos, incluyendo a los propios alumnos, de la forma que sea necesaria en cada momento, para alcanzar la mejor respuesta por parte de los receptores de la formación.

Práctica, porque se basa en el análisis, la discusión y en afrontar situaciones reales

Interactiva, ya que en todas las situaciones cualquier otro miembro del equipo puede contraponer una respuesta inesperada ante una determinada situación

Provocativa, porque se basa en la provocación continua por parte de los profesores a los alumnos en busca de la mejor solución posible, teniendo siempre en cuenta la combinación de todos los factores afectos, orientada a la consecución de un mejor resultado.

Grupal, dado que se trabaja en equipo asumiendo cada uno de sus integrantes el rol que le corresponda en cada momento.

Bajo Presión, toda vez que las situaciones en la vida real no permiten los actos de

Como sea que los objetivos pretendidos por el presente programa se desarrollan mucho mejor cuanto de más tiempo se dispone, resulta obvio que estos marcan en gran medida la selección de métodos a la disposición de los citados tiempos.

Por ello, en el presente programa los métodos susceptibles de ser usados en virtud del tiempo disponible son:

- ♦ **Clases Teóricas**
Apoyadas con presentaciones en Power Point repletas de casos, ejemplos, imágenes y gráficos para reforzar las explicaciones.
- ♦ **Visionado de vídeo**
En el que se podrá ver la evolución de un presunto franquiciado hasta convertirse en un verdadero franquiciado

Contenidos

- ▶ **Capítulo 1. Definición**
 1. *Inquietudes*
 2. *Objetivos*
 3. *Características*
 4. *Ventajas*
 5. *Inconvenientes*
 6. *Obligaciones*
 7. *Miscelánea*
- ▶ **Capítulo 2. Estadística**

Extensión

El programa de **Franquicias** es apropiado para dar en seminarios, monográficos de marketing, asociaciones de comerciantes, conferencias orientados a nuevos emprendedores, etc. que quieran tratar este tema ó cumplimentando otros Programas ofertados por nosotros.

Total de Horas: 3/ 5 h.

Puede complementarse con nuestros programas

- ① **Política de Distribución**
- ① **Merchandising & Shopping**
- ① **Política de Precios**
- ① **Política de Producto**
- ① **MK en el Comercio**

2011

Franquicias



- ① **MK de Guerrillas**
- ① **22 Leyes Inmutables del MK**
- ① **Taller de CRM**
- ① **Posicionamiento**
- ① **Gestión Delegación Comercial**
- ① **Calidad Total**
- ① **Servicio al Cliente**
- ① **Gestión de Quejas. Oportunidades**
- ① **Atención y Reclamaciones**
- ① **Fidelización**