



DIPLOMADO EN *RETAIL*: GESTIÓN Y ESTRATEGIA OPERATIVA

En línea
(96 horas)

Objetivo:

- Diseñar e implementar estrategias integradas de operaciones de *retail* (física y digital) que optimicen la rentabilidad, la experiencia del cliente y el desempeño operativo, mediante el análisis de datos, la gestión del talento y la innovación de procesos en contextos omnicanales.

Dirigido a:

- Directores de operaciones, gerentes de tienda, jefes de área, *category managers*, planificadores de inventario, analistas de *retail*, emprendedores con negocios en *retail* y profesionales en transición que busquen especializarse en operaciones omnicanales. Ideal para profesionales con 3 a 15 años de experiencia en *retail*, *supply chain*, comercio u operaciones.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital UVM** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.
 - **Constancia DC-3** por la STPS.
 - **Insignia digital** de tu programa para compartir en tus redes sociales.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 65 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos y habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Desarrollar competencias verificadas en gestión estratégica de operaciones omnicanal.



Lograr una reducción directa de costos operativos mediante la optimización de procesos en piso y almacén.



Mejorar significativamente los indicadores de servicio, rentabilidad, rotación de inventario y experiencia del cliente.



Liderar con éxito la transición de modelos operacionales tradicionales a esquemas físico-digitales e híbridos.



MÓDULOS

01 Estrategia de *retail* y posicionamiento competitivo

1. Evolución del *retail*: de canal único a omnicanal
2. Modelos de negocio en *retail*: tienda, *e-commerce*, *marketplace* y *dark stores*
3. Análisis competitivo: *benchmarking* de formatos y propuestas de valor
4. Segmentación de clientes y *positioning* en el mercado
5. Indicadores estratégicos: ROI, margen y productividad por m²
6. Taller práctico: diagnóstico estratégico de una cadena *retail*

02 Excelencia operativa en tienda

1. Gestión de espacios: planogramas, visual *merchandising* y *layout*
2. Estándares de ejecución comercial en piso de ventas
3. Procesos operativos clave: recepción, reposición, limpieza y seguridad
4. Gestión del equipo de tienda: roles, capacitación y evaluación
5. Experiencia del cliente en tienda: servicio, atención y resolución de quejas
6. Taller: rediseño de proceso operativo en tienda

03 Gestión estratégica de inventarios y surtido

1. Fundamentos de gestión de inventarios: ABC, rotación y merma
2. *Category management*: segmentación, análisis y decisiones de surtido
3. *Forecast* de demanda y sistemas de reposición automática
4. Gestión multicanal: *cross-docking* y omnicanalidad logística
5. Abasto y distribución: eficiencia, costos y tecnología
6. Taller: optimización de surtido y rotación en categoría

04 Experiencia del cliente en *retail* (Omnicanal)

1. *Customer journey* omnicanal: *touchpoints* físicos y digitales
2. Estándares de servicio al cliente y protocolo de atención
3. Medición de satisfacción y Net Promoter Score (NPS) en *retail*
4. Gestión de quejas y resolución de conflictos en piso
5. Programas de fidelización y retención de clientes
6. Taller: mapeo y optimización de *customer journey*

05 Analítica de datos aplicada a *retail*

1. KPIs de *retail*: ventas, margen, conversión, ticket y productividad
2. Fuentes de datos en *retail*: POS, ERP, digital y CRM
3. *Dashboards* operacionales: diseño, actualización e interpretación
4. *Forecast* de demanda y *demand planning*
5. Análisis de rentabilidad: margen bruto, costo de operación y ROI por línea
6. Taller: construcción de *dashboard* operacional

06 Diagnóstico y plan de mejora

1. Metodología de diagnóstico integral: análisis estratégico y operativo
2. Identificación de oportunidades de mejora: matriz de impacto-facilidad
3. Formulación de plan de acción: acciones, recursos, *timeline*, KPIs
4. Modelo de negocio mejorado: estimación de impacto financiero
5. Gestión del cambio: comunicación, capacitación, adopción

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

Soporte técnico. Cuentas con atención técnica en todo momento para ayudarte a solucionar cualquier problema que se presente.

Asesoría y acompañamiento. Tienes un Tutor que te brindará apoyo a través de enlaces en vivo, chat o WhatsApp para resolver cualquier duda.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx