

OMNICHANNEL SHOPPER MARKETING: LA NUEVA ERA DEL RETAIL

El marketing nace y se hace en la calle

¿Quieres generar valor? ¿Impactar al consumidor? ¿Entender los fenómenos mundiales del new retail? Y ¿generar ventajas competitivas para tu marca que permitan mejorar la experiencia del cliente?

Los consumidores aflojan frente sus expectativas sobre lo que debe ser la forma de comprar productos (tangibles y no tangibles). La separación entre el mundo virtual y el físico ya no es válida y sus aspiraciones, más bien, están dirigidas a encontrar cada vez más experiencias digitales en los puntos de venta físicos (marketing offline). El consumidor y comprador moderno exigen una experiencia multiplataforma, más cercana, rápida y centrada en resolver sus puntos de dolor.

Es momento de vivir y entender el mercadeo de una forma distinta, desde los puntos de dolor del cliente (Shopper + Consumidor). Se debe ser pionero y entender la nueva era del Retail (ShoWeb®), y el poder del Omnichannel Shopper Marketing para así generar valor y ventajas competitivas a las marcas.

Serán 7 días de conocimiento práctico donde a través de la implementación de metodologías, herramientas de ejecución, EXperiencias, maGia y vivencias, podrás agrupar las variables y entender mejor cómo aplicar estas en tu marca, organización, productos y/o servicios.

Objetivos

- Comprender la importancia del Omnichannel Shopping Marketing.
- Entender el nuevo consumidor y su forma de comprar.
- Saber analizar y entender los puntos de dolor del cliente por medio de la metodología The Painless Journey Map®.
- Analizar y entender las macrofuerzas y tendencias del Retail Omnicanal.
- Identificar las diferentes oportunidades de negocio que se han desarrollado gracias al Omnichannel Shopping Marketing.
- Saber implementar estrategias Omnicanal.
- Vivir y crear experiencias únicas que permitan generar recuerdos y comportamientos de compra en los consumidores.
- Identificar oportunidades de crecimiento para las compañías, marcas, productos y/o servicios.
- Entender la importancia de generar valor y enseñar al consumidor.

Temario

Módulo I

Introducción al Omnichannel Marketing.

- Omnichannel Marketing - El nuevo marketing de experiencias.
- Omnichannel Shopper Marketing - ShoWeb©® - La nueva era del Retail.
- Publicidad/Comunicación (publicidad) Omnicanal.
- New retail (ShoWeb©®).

Módulo II

La nuevas generaciones y su forma de comprar centrada en el Painless Journey Map©.

- Nuevas generaciones.
- Painless Journey Map©.
- El cliente Omnicanal.
- Los clientes son Multiplataforma.
- El embudo de conversión.
- Interactuando con los clientes.
- Tendencias en los hábitos de compra del nuevo consumidor.

Módulo III

- El Nuevo Árbol de decisión y el nuevo Customer Journey centrado en la generación de contenido de valor.
- De información fuera de línea a en línea (Off > On)
- De información en línea a fuera de línea (On > Off).
- Propuesta de valor

Módulo IV

El marketing nace y se hace en la calle, una vivencia experiencial y máGica.

- Las calles el nuevo salón del marketing - Es hora de vivir y entender el mercadeo de una forma distinta, con otros ojos, con otros sentidos y con una metodología.
- Salir a la calle sin estrategia y sin otros ojos es ser un consumidor más, en búsqueda de Insights, de esos verdaderos puntos de dolor.
- la calle para mirar que está pasando con el mercado, las personas y sus comportamientos.
- Salir a la calle sin estrategia y sin otros ojos es ser un consumidor más.
- Visitaremos lugares (compañías) que son referentes debido a sus características, que permitan tangibilizar y entender las diferentes metodologías, herramientas y actividades.
- Nuevos modelos de negocio y de ofertas centradas en la Omnicanalidad.

- Nuevas experiencias de consumo.
- Diferentes maneras en las que se construyen las relaciones con el consumidor.

Módulo V

Promoción/comunicación (publicidad) Omnicanal.

- Entendimiento del marketing Tradicional Y Digital.
 - ATL - Above The line.
 - BTL - Below The Line.
 - TTL - Through The line
 - TDL - Tradigital Line.
- Estrategia de marketing y publicidad Omnicanal.
 - Aprenderás a aterrizar el Nuevo Customer Journey de tus clientes, el de tu negocio y/o marca y cómo diseñar una estrategia a través del mismo y generar valor por medio del contenido.
- Estructura de campañas de publicidad Omnicanal.
- Aprenderás a estructurar campañas de publicidad en función del Nuevo Customer Journey que impacten el Painless Journey Map® y genere un comportamiento.
- Creación de un plan Omnicanal.
 - Touchpoints vitales para tu plan, hasta como saber qué canales escoger para tu presencia Omnicanal y cuáles indicadores utilizar para medir el éxito de tus campañas multiplataforma,
- Creación de contenidos multiplataforma.
 - Realizar contenidos de valor centrados en el Painless Journey Map® y en el impacto de nuevo Customer Journey.
- Campañas para medios digitales, orgánico y pagados (publicidad en redes sociales).
 - Conocerás cómo crear campañas de Atracción, Conexión y conversión con Facebook e Instagram Ads, LinkedIn y cómo hacer retargeting con Google.
- Campañas para medios tradicionales.
 - Aprenderás cómo hacer un funnel en medios tradicionales y acceso a casos de éxito reales sobre cómo puedes vender más en un evento físico y cómo medir tus campañas en medios tradicionales.
- Campañas híbridas – multiplataforma.
 - Sabrás cómo crear un funnel mínimo viable, de desconocidos a conocidos con la herramienta E-goi, cómo hacer campañas con influenciadores y cómo promocionar tus videos y/o episodios del podcast.

- Cómo conseguir generar un mayor traffic building (que el consumidor vaya al establecimiento).

Módulo VI

New Retail (ShoWeb©®).

- Shopper Marketing y Trade Marketing.
 - Diferencias entre Shopper Marketing y Trade Marketing.
 - Técnicas de ventas que debes controlar antes de ser Omnipresente.
 - Las claves de la función del Trade Marketing y cómo mejorar la eficacia en la gestión en la Omnicanalidad.
 - Tendencias globales en la Distribución Comercial.
 - Las claves para una perfecta colaboración entre fabricante y distribuidor B2B.
 - Cómo adaptarse a una situación de reducción de surtidos y aumento de las marcas de la distribución para desarrollar el mercado.
 - Las técnicas para orientar su organización al cliente, ganar Rentabilidad y mejorar las Ventas.
 - estrategia centrada en el corazón de tus shopper´s.
 - Técnicas de Trade Marketing: Surtido, Promociones, Precio y Merchandising.
 - Qué fuentes de información y herramientas aplicar para crear estrategias ganadoras en el punto de venta.
- Retail y E-commerce (ShoWeb©®).
- Herramientas y Tecnologías.
 - Sistemas de pago.
 - Distribución - Ultima milla.
 - Etiquetas - Precios cambiantes.
 - Publicidad – Cambiante y georeferenciada.
- Satisfaciendo la demanda de manera Omnicanal
 - Diseñando una red de distribución.
 - Incremento de la velocidad de entrega.
 - La importancia de la información.
- Construcción de una estrategia para el New Retail (ShoWeb©®).

Metodología

Seminario teórico - práctico. Se explicarán los diferentes conceptos que influyen en el Omnichannel Shopping Marketing, cómo se utilizan, la metodología principal para lograr

experiencias memorables, técnicas y herramientas para reducir los puntos de dolor del consumir, generar recuerdos y comportamientos.

Dirigido

Profesionales interesados o pertenecientes al área de marketing, que deseen ampliar sus conocimientos, mejorando sus conocimientos y habilidades desde un foco estratégico para generar ventajas competitivas frente la competencia.

Conferencista

Andrés Venegas Piedrahita

Se define como futurista, visionario y buscador de verdades humanas a través de insights, generando valor y oportunidades a las compañías por medio de la innovación y el branding. Tiene experiencia y conocimiento en las áreas de Mercadeo e Innovación. Es administrador de empresas del CESA, Especialista y Magister en Marketing de la misma institución (CESA); de igual forma cuenta con una maestría en dirección de marketing y ventas de la escuela de marketing y negocios ESIC (Business & Marketing School) en España. Actualmente se desempeña cómo director de mercadeo y de innovación dentro de Omarketing, Odigital, Ocontent y Oworkshops. Es conferencista internacional, docente y asesor (consultor), fundador de Expertos Cerveceros y ShoWeb®©. También es columnista de algunas revistas y cuenta con amplia experiencia en los diferentes sectores de la economía. Ha realizado varios cursos y viajes alrededor del mundo que le han permitido entender las diferentes culturas y cómo el lo denomina “ser un marketer de calle”

Cuenta con amplia experiencia y conocimiento en el área de Finanzas, Mercadeo e Innovación, enfocadas a Estrategia de Marca, Ventas, Consumidor y Segmentación de Cliente (Shopper - Consumidor final), Branding y Comunicación, Price y Portafolio Management y Gestión de clientes (CRM) (CLV) (Churn) (Recency) (Retention Rate) (Customer Profit). Experto en Marketing Digital y Mix de Marketing (TradigitalLine-TDL); Digital Strategy and Planning (Omnichannel - Multiplataforma), Google AdWords - SEO - SEM - PPC - PPV, Analytics, Mobile, Video, Real Time Bidding, Email Marketing, Community marketing, Social Media Marketing, E-commerce, Market Place y ShoWeb and Key Performance Indicators - ROI.

Información general

Lugar: CESA
Fecha: próximamente
Intensidad: 32 horas
Horario: entre semana
Inversión: por definir

Informes e inscripciones
PBX: +571 339 53 11 - Bogotá
Email: info.formacionejecutiva@cesa.edu.co

CESA
POLÍTICAS FORMACIÓN EJECUTIVA
- Programación Abierta -

POLÍTICAS PARA RETIRO, RESERVA DE CUPO Y APLAZAMIENTO DE MÓDULOS

RESERVA DE CUPO

Los participantes inscritos que hayan efectuado el pago del programa, y no puedan iniciar ni cursarlo en las fechas establecidas, podrán reservar el cupo para participar cuando se vuelva a ofertar, siempre y cuando éste sea programado en el mismo año en el que se efectuó el pago.

La solicitud para reserva de cupo debe realizarse por escrito al correo electrónico info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo por el cual no podrá asistir y debe reservar el cupo. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el procedimiento.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La decisión de reserva de cupo debe notificarse por escrito antes del inicio del programa. En caso contrario, será un hecho que lo cursará y no habrá reembolso alguno de dinero.
- No se podrán hacer traslados de valores pagados de un año al otro.
- En caso de que el mismo programa no se vaya a realizar nuevamente durante el año en curso, el participante podrá abonar el monto pagado para inscribirse en otro programa de Formación Ejecutiva del mismo año. Si el valor del nuevo programa es menor al inicialmente cancelado, no se efectuarán devoluciones parciales de dinero; si se trata de un programa de mayor valor, el participante deberá cancelar el saldo correspondiente.

La reserva de cupo no garantiza que un programa mantenga las mismas condiciones cuando el participante ingrese nuevamente. En este sentido, el participante acepta, de ser el caso, las nuevas condiciones académicas y económicas del mismo.

RETIRO ANTES DEL INICIO DEL PROGRAMA

Los participantes inscritos que hayan efectuado el pago del programa, podrán retirarse antes del inicio del mismo, para lo cual deben enviar una solicitud por escrito al correo info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se realice el reembolso parcial del dinero pagado.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La decisión de retiro debe notificarse por escrito antes del inicio del programa. En caso contrario, será un hecho que lo cursará y no habrá reembolso alguno de dinero.
- Se devolverá el 80% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.

En caso de que el participante desee abonar el monto pagado para inscribirse en otro programa de Formación Ejecutiva, debe cursarlo el mismo año en que realizó el pago. Si el valor del nuevo programa es menor al inicialmente cancelado, no se efectuarán devoluciones parciales de dinero; si se trata de un programa de mayor valor, el participante deberá cancelar el saldo correspondiente.

RETIRO UNA VEZ INICIADO EL PROGRAMA (aplica sólo para programas con intensidad horaria superior a 32 horas)

Para los programas que tengan una duración mayor a 32 horas, el retiro podrá efectuarse siempre y cuando no haya transcurrido más del 15% de las horas totales del programa. Esta solicitud debe realizarse por escrito al correo info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se efectúe el reembolso parcial del dinero pagado. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el reembolso parcial del dinero.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- El participante debe notificar por escrito su decisión de retiro inmediatamente haya transcurrido máximo el 15% de las horas del programa. En caso contrario, no habrá reembolso alguno de dinero.
- Se devolverá el 50% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.

APLAZAMIENTO DE MÓDULOS (aplica solo para diplomados con una intensidad superior a 80 horas)

Transcurrido no más del 15% de las horas totales del diplomado, el participante podrá optar por aplazar uno o más módulos y cursarlos posteriormente. Esta solicitud debe realizarse por escrito a los correos info.formacionejecutiva@cesa.edu.co e indira.reyes@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del aplazamiento, con el fin de ser evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- El aplazamiento de módulo(s) no garantiza las mismas condiciones académicas ni logísticas (intensidad, horario, docentes, temario, metodología, entre otros.). En este sentido, al solicitarse el reintegro, el participante acepta, de ser el caso, dichas condiciones.
- El participante debe asistir a los módulos pendientes, inmediatamente se vuelva a ofertar el programa.
- Para el reingreso, el participante deberá enviar un correo a indira.reyes@cesa.edu.co confirmando su asistencia.
- No aplica para aplazamiento de sesiones individuales, sólo para módulos completos de diplomados.
- Si el participante no notifica por escrito su decisión de reintegrarse, no habrá reembolso alguno de dinero.

POLÍTICAS DE CAMBIOS EN CONFERENCISTAS Y FECHAS

El CESA se reserva el derecho a realizar cambios de conferencistas y fechas, lo cual incluye reprogramación del programa en su totalidad.

En caso de no llegar al número de personas requerido, el programa será cancelado.

POLÍTICAS DE ASISTENCIA Y EXPEDICIÓN DE DIPLOMAS

El cumplimiento de la metodología propuesta para cada programa, la asistencia al mismo y el diligenciamiento de las encuestas de satisfacción, constituyen los requisitos indispensables para otorgar el diploma. Éste se expedirá cuando se verifique la presencia activa del participante en el 85% de las horas totales del programa.

Las excusas de cualquier tipo no eliminarán las fallas, y en ningún caso la asistencia al programa podrá ser sustituida por presentación de trabajos o por clases supletorias dictadas por el docente a los participantes que hayan presentado ausencias.

POLÍTICAS DE DESCUENTO

Las siguientes políticas de descuento aplican para diplomados, seminarios y cursos:

- 20% de descuento para alumnos actuales de pregrado y posgrados del CESA, o para egresados de estos programas.
- 15% de descuento si cancela el 100% del valor del programa 1 mes antes (30 días calendario) de su inicio.
- 7% de descuento si cancela el 100% del valor del programa 15 días calendario antes de su inicio.

- Para grupos empresariales de 3 o más personas, 10% de descuento.

Nota: Los descuentos no son acumulables.

POLÍTICAS DE CRÉDITO

- Toda persona natural debe realizar el pago del 100% del programa antes de su inicio, a excepción de los diplomados, en cuyo caso se podrá hacer el pago del 50% antes del inicio del programa y el otro 50% a 30 días, dejando como garantía un cheque posfechado y pagaré firmado.
- Si un cheque es devuelto por cualquier causal, se aplicará sanción del 20%.
- En el caso de las empresas, se facturará de acuerdo a las condiciones de pago que éstas tengan, lo cual debe quedar legalizado mediante una carta de compromiso, orden de compra u orden de servicio.
- El CESA no es responsable del impuesto sobre las ventas IVA (Artículo 476 del E.T. y Artículo 92, Ley 30 de 1992). No se debe practicar retención en la fuente, entidad sin ánimo de lucro, no contribuyente del impuesto de renta según el Artículo 23 del E.T. Código Actividad Económica CIIU8050- Tarifa 9.66X 1.000.