

## **TRADE MARKETING, CATEGORY MANAGEMENT Y SHOPPER MARKETING**

### **Objetivo general**

Conocer y estudiar el modelo y las técnicas utilizadas en la aplicación de Category Management, Shopper Marketing y el proceso estratégico de Trade Marketing,

### **Objetivos de aprendizaje específicos**

- Estructurar y analizar estudios del consumidor y determinar árboles de decisión de compra.
- Visualizar los programas de Trade Marketing, Category Management y Shopper Marketing como una poderosa herramienta en el crecimiento y desarrollo de retailers y fabricantes.
- Obtener una visión global y, a la vez práctica, de cómo la disciplina de experiencia de cliente puede transformar nuestros negocios y hacerlos más competitivos.

### **Temario**

Conceptos generales de Trade Marketing

- Importancia - definición - objetivos - impacto.
- Introducción al trade marketing.
- ¿Qué es mercadeo y qué es Trade Marketing?

Plan estratégico de Trade Marketing

- Relación con las áreas de la organización
- Rol estratégico con las marcas, canales y zonas
- Impacto en la estrategia de los clientes
- Indicadores de gestión y herramientas a utilizar
- Consolidación de planes y presupuestos
- Impactos financieros

Relación con las áreas de la organización

- Funciones
- Roles e impacto en negocio

Rol estratégico con las marcas, canales y zonas

- Entendiendo la estrategia de la marca
- Posicionamiento
- Rol de la marca y la categoría
- Proceso de compra
- La estrategia de la marca en los canales y zonas

Impacto en la estrategia de los clientes

- El rol de Trade Marketing en el proceso de CRM
- Análisis de canales
- Análisis y segmentación de clientes

Indicadores de gestión y herramientas a utilizar

- Definición de los indicadores
- Herramientas para medir la gestión

Impacto financiero

- P&G, ROI, GMROI, GMROL

Conceptos generales del Category Management y Shopper Marketing

- Importancia, definición, objetivos y impacto
- Canales y concentración
- Decisiones del modelo
- Las categorías y la estructura
- Evolución del Category Managements, categorías y la estructura
- Roles de las categorías para la compañía y el consumidor

Visión holística del Category Management y Shopper Marketing

- El comportamiento del consumidor.
- ¿Cómo piensa?
- Modelo para el estudio del proceso de compra
- Lo que quiere el punto de venta o retailers
- Impacto en el P&G
- Lo que quieren los proveedores
- P&G
- Mix de marketing
- Sistema de información necesario

Plan estratégico del Category Management y Shopper Marketing

- Definición de la categoría y del rol (visión de la categoría)
- Evaluación de la categoría
- Objetivos de la categoría (detallista y fabricante)
- Estrategias y tácticas
- Implementación del plan
- Revisión de la categoría

Definición de la categoría

- Necesidades del consumidor y Shopper
- Funcionales - emocionales
- Delimitación de la categoría
- Árbol de decisión

Definición del rol

- Rutina - convivencia - ancla - rentabilidad
- Características:
- Penetración en hogares
- Unidades compradas y pesos gastados por año, por hogar
- Ranking de venta de la categoría dentro del sector, el mercado y el detallista

- Canal dominante de distribución

#### Evaluación de la categoría

- Análisis: 360 grados de la categoría, estadística de ventas y de beneficios internos
- BCG, P6G
- Matriz de competitividad de Mc Kinsey

#### Objetivos de la categoría

- Tablero de control
- Estratograma

#### Estrategias

- Definiciones
- Acciones claves

#### Tácticas

- Surtido - exhibición - promoción - precios
- Otras de trade marketing

#### Implementación del plan

- Interrelación - cronograma

#### Revisión de la categoría

- Puntos de control
- Cronograma de revisión
- Papeles a jugar: retail vs. Proveedor

#### Shopper Experience Design

##### Día 1: Descifrar la mente del Shopper

- Identificar quién es nuestro cliente
- Comprender cómo se relaciona con nosotros
- Saber qué lo motiva, qué le preocupa o qué le causa incertidumbre
- Definir las reales necesidades de nuestro cliente

##### Día 2: Journey del Cliente

- Cómo diseñar una experiencia a partir del Customer Journey Map
- Técnicas para generar ideas creativas
- Prototipar y evaluar

## Metodología

Durante las primeras sesiones se combina la explicación de los conceptos más relevantes con la presentación de casos actualizados y relacionados directamente con la temática expuesta. En éstas se aplicarán ejercicios prácticos buscando la activa participación de los asistentes al programa.

Posteriormente se desarrollará un taller donde se tendrán en cuenta las técnicas modernas de innovación para entender el *journey* del cliente y los puntos de

contacto para activar al *shopper* y construir experiencias de marca memorables. Este taller se fundamenta en técnicas de aprendizaje experiencial con herramientas de Design Thinking y coaching ejecutivo.

## **Dirigido**

Gerentes de producto, gerentes y/o jefes de compras, gerentes de ventas, Key Account Managers, jefes de Trade Marketing, administradores de categoría, ejecutivos de ventas, ejecutivos de compañías BTL, administradores de ventas y Business Intelligent, y activadores de marca para compañías de consumo masivo y de servicios del comercio minorista, mayoristas.

## **Conferencista**

### **Diego Narvárez Abril**

Consultor, conferencista y docente universitario con más de 25 años de experiencia en compañías multisectoriales, de consumo masivo y entretenimiento, en altas posiciones de mercadeo y ventas. Actualmente se desempeña como el Director de Operaciones y Ventas de parking.

Administrador de Negocios, Especialista en Mercadeo, Máster en Administración de Empresas (MBA) y formaciones complementarias en marketing, administración de categorías y negociación.

### **Maria Ximena Santos Arias**

Coach y consultora experta en innovación, facilitadora de talleres con herramientas de Design Thinking y Solución Creativa de Problemas. Certificada en metodologías creativas como Lego® Serious Play® Method, Points of you®, Coaching Play® y Wake up Brain®. Presidenta del Consejo Nacional de la Comunicación Gráfica en Colombia (Andigraf). Socia Fundadora de Grupo Diforma, agencia de diseño con 22 años de experiencia en retail marketing, posicionamiento de marca y visual thinking.

Diseñadora Industrial, Master en Liderazgo y Coaching Directivo. Especialista en Gestión Estratégica de la Innovación y en Gerencia de Marketing.

## **Información general**

Lugar: Plataforma de aprendizaje online  
Fecha: junio 8, 9, 10, 15, 16, 17, 22, 23 y 24 de 2021  
Intensidad: 31,5 horas  
Horario: 5:30 a 9:00 p.m.  
Inversión: \$1.890.000

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

-----

**CESA**  
**POLÍTICAS EDUCACIÓN CONTINUA**  
**- Programas Abiertos -**

**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](mailto: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, 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 abierto 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, logísticas 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](mailto: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 60 días calendario posteriores a la solicitud.
- En caso de que el participante desee abonar el monto pagado para inscribirse en otro programa abierto, 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](mailto:info.formacionejecutiva@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada

que especifique el motivo del retiro. Esta solicitud será evaluada por la Dirección, 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 antes de haber transcurrido 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 60 días calendario 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](mailto:info.formacionejecutiva@cesa.edu.co) e [indira.reyes@cesa.edu.co](mailto:indira.reyes@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del aplazamiento, con el fin de ser evaluada por la Dirección.

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](mailto: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.