



ILACAD

RETAIL TRAINING
MEMBERSHIP



OBJETIVO:

Diagnosticar, fijar un objetivo y definir la estrategia de una categoría, basándose en una visión competitiva orientada al Shopper para ganar mercado.

CONTENIDO:

SESIÓN I: **ALCANCES Y ENFOQUE DEL CATEGORY MANAGEMENT:**

- Definición de los objetivos del Category Management.
- Repartición de roles y de responsabilidades entre Cadenas y Proveedores.
- Los indicadores de la productividad de la Categoría.
- Por qué el GMROI resume la productividad de la Categoría.

SESIÓN II: **DEFINIR OPORTUNIDADES PARA LA CATEGORÍA Y DISEÑAR SU ESTRATEGIA:**

- Etapas de elaboración de un plan estratégico, los 7 pasos.
- Los medios de análisis y búsqueda de oportunidades de una categoría.
- La elaboración de la estrategia de la categoría en su ámbito competitivo orientado al Shopper.

SESIÓN III: **CASO DE APLICACIÓN: ANÁLISIS DEL CASO JABÓN PARA LAVAR LA ROPA:**

- Aprender a destacar y medir la oportunidad de una Categoría en una Cadena.
- Definir el Scorecard de la Categoría.
- Definir la estrategia de la Categoría en cada segmento.



DESTINATARIOS:

Category Managers
Gerencias de Trade Marketing
Marketing
Key Accounts Managers
Compradores
Operación de tiendas

DINÁMICA:

Este curso se dicta online por parte de un socio de ILACAD Retail Trainings, dándole carácter de Master Class en tres sesiones de tres horas en videoconferencia, con realización de ejercicios de aplicación en grupos virtuales de trabajo.

OBJETIVO:

Entregar al participante las herramientas para tomar decisiones tácticas en las categorías, haciendo mayor hincapié en el surtido, el acomodo y la optimización de frentes en el anaquel.

CONTENIDO:

SESIÓN I: **MÉTODOS DE DEFINICIÓN DE SURTIDO DE LAS CATEGORÍAS:**

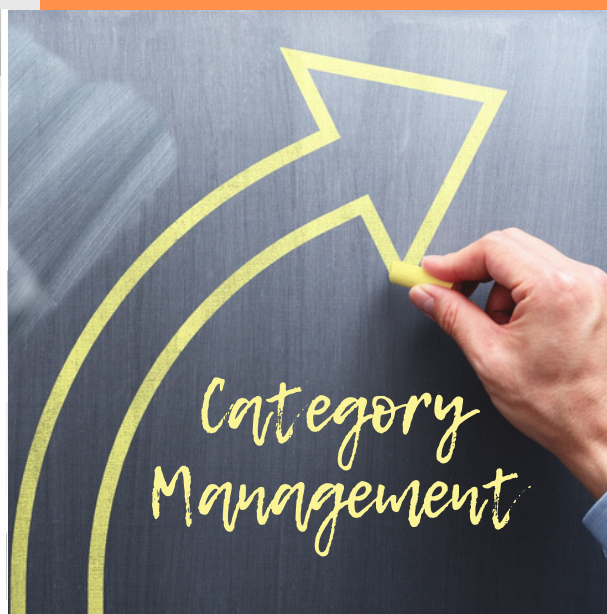
- Métodos de elaboración de un surtido eficiente
- Definición de la cobertura del surtido
- Definición de la fragmentación del surtido
- Regla del 80/20 en la definición del surtido.

SESIÓN II: **ELABORACIÓN DEL PLANOGRAMA:**

- Criterios a tomar en cuenta para el armado de un planograma.
- El árbol de decisión y su aplicación al planograma.
- Cuándo seguir y cuándo transgredir el comportamiento de compra Shopper.
- Criterios de distribución del espacio en el planograma.
- La optimización del espacio.

SESIÓN III: **OPTIMIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANOGRAMAS:**

- Caso práctico de optimización del planograma con OPENCatman.
- Cómo se integran las tácticas de precio y promoción.
- Implementación de los planogramas en tiendas.



DESTINATARIOS:

Category Managers
Gerencias de Trade Marketing
Marketing
Key Accounts Managers
Compradores
Operación de tiendas

DINÁMICA:

Este curso se dicta online por parte de un socio de ILACAD Retail Trainings, dándole carácter de Master Class. Sesión: Tres sesiones de tres horas en videoconferencia, con realización de casos de aplicación en equipo con el uso de OPENCatman.

CONSULTORES SENIORS A CARGO DE IMPARTIR LOS PROGRAMAS



FRÉDÉRIC GAUTIER

Presidente y fundador de ILACAD World Retail, creador de OPENCatman.com y organizador del CATMAN Latin Forum, Frédéric Gautier, consultor Francés, es desde 1993 especialista en Category Management y en el análisis del comportamiento de compra del Shopper. Precursor del Catman en América Latina, formó a más de 5000 personas en esta especialidad.



YOAN MONTOLIO

Yoan Montolio, ex-CEO de Yucca Retail y ahora CEO de Ilacad Retail Trainings, es un consultor franco-mexicano con más de 19 años de experiencia en Category Management, Shopper Marketing y más. Ha acompañado a empresas líderes de América Latina en su evolución estratégica. Hoy, lidera desde Ilacad el programa de formación más completo en Catman, Negociación, Shopper y Análisis Comercial, impulsando la profesionalización de equipos.



HÉCTOR PINTO

Presidente de Miniso Guatemala, Hector Pinto es un hombre clave del Retail Latinoamericano. Durante 11 años integró el grupo La Fragua y CARHCO socios de Wal-Mart Centro América, desempeñando las funciones de Vicepresidente Comercial. Asumió el desarrollo de los formatos SUMA y Supermercado del Barrio en el grupo GTA. Es partner de ILACAD World Retail en donde imparte desde hace 20 años los cursos de negociación.



BENOIT RIPOLL

Francés de padres españoles, consultor internacional experto en Negociación. Ejerció funciones comerciales en L'Oréal, División Grand Public (Jefe de venta, Key Account Manager, Director Marketing Distribución). Luego, tomó la dirección general de varios Hipermercados Carrefour. Como partner de ILACAD, desarrolló desde hace 20 años el curso de negociación, las 5 reglas de Oro.