



MEMBERSHIP 2.0

SHOPPER MÉXICO



ARGENTINA



CENTROAMÉRICA



COLOMBIA



MÉXICO

Nuestro know how de 25 años...

Superando el 50% del mercado de consumo masivo en América Latina, el Retail Moderno, ya sea físico u online requiere una actualización constante acerca de su desempeño, sus formatos, y las particularidades del Shopper que lo visita.



Frédéric Gautier
Founder & CEO
Ilacad World Retail

Desde 1997, ILACAD World Retail se dedica a monitorear este mercado aportando información constante acerca de la evolución de este canal de distribución y de su Shopper. Desde la misma fecha, ILACAD World Retail fue pionero en la formación de ejecutivos a adoptar nuevas capacidades para atender este canal con su específicos requerimientos sumando en el continente a más de 10.000 personas capacitadas.

Hoy, llegó el momento de asociar toda la información que producimos a los programas de formación para ofrecer a las empresas una solución completa en fin de dominar a sus competidores gracias a la excelencia de su comercialización. Por eso desarrollamos la Membership 2.0 Shopper, integrando todo el know how de 25 años de liderazgo.



Ofrece a tus colaboradores una actualización constante para alcanzar al Shopper a través del Retail moderno de América Latina.



- ✓ **Mapas y Retail Profiles**
- ✓ **Retail Index**
- ✓ **Panorama Retail**

OPENCatman

Interactive Category Management

5 cuentas versión OpenCatman PRO por un año, sin ningún costo.



- ✓ **¡NUEVO ESTUDIO! SHOPPER OMNICANAL MÉXICO 2021**
información disponible:
 - Shopper Autoservicios
 - Shopper Convenience
 - Shopper Pharma
 - Shopper eCommerce



ONLINE MASTER TRAININGS DE ILACAD:

- ✓ Certificado de Category Management
- ✓ Master Key Account Manager
- ✓ Shopper Management



PROGRAMA DE WEBINARS ILACAD LIVE EXPERIENCE:

- ✓ Mapas de Retail América Latina (Food, Pharma y Convenience)
- ✓ +25 Webinars de las principales Cadenas de México.



¡Nuevo Estudio! Shopper Omnicanal

¿Dónde compra el shopper?, ¿Por qué elige una tienda: física u online?,
¿Cómo divide sus compras en las diferentes tiendas que visita?

Ante el incremento y la diversidad de opciones para hacer sus compras, tanto físicas como virtuales, el shopper se ha convertido en un **Shopper Omnicanal**.

El desafío es idear planes que permitan unificar las estrategias de ventas y marketing, a partir del conocimiento del comportamiento y diferencias entre los diversos Canales, Formatos y Cadenas.

Ilacad World Retail lanza el nuevo **Estudio Shopper Omnicanal**, que permitirá tener información de los diferentes Canales, Formatos y Cadenas, ya sea que requieran la totalidad del Estudio o de manera independiente por módulo:

Da click para conocer
más



Principales Outputs:

Estudio Shopper Omnicanal:



Una lectura sintética de las actitudes y del comportamiento del Shopper entre la totalidad de los diferentes **Canales, Formatos y Cadenas**.

Los Drivers de Compra: Driver para elegir una tienda y razones de selección.

El Shopper por Canal, Formato y Cadena: El Circuito Total de compra del shopper, Penetración, Perfil y Comportamiento de Compra por cada Canal, Formato y Cadena (Frecuencia de Vista, Razones de Elección, Intensidad de Compra por Familia de Productos, Gasto Promedio, Percepción).

** Incluye todos los Módulos por Canal, Formato y Cadena.*

Módulos por Canal:



Módulos independientes con la lectura detallada de las características del Shopper por Canal.

El Shopper por Canal: Penetración y Perfil, Comportamiento de Compra por cada Canal, Formato y Cadena (Frecuencia de Vista, Razones de Elección, Intensidad de Compra por Familia de Productos, Gasto Promedio, Percepción).

Módulos Disponibles:

- Shopper Autoservicios
- Shopper Canal Convenience
- Shopper Canal Pharma
- Shopper eCommerce

** Cada módulo incluye la información por las principales Cadenas que lo conforman.*

Metodología:

	Método:	Encuesta a Panel Online.
	Muestra Total:	4,000 encuestas.
	Criterio de Selección:	Hombres y Mujeres. Mayores de 18 años que hayan realizado compras en el último mes.
	Representatividad:	Nivel Nacional. Áreas Geográficas (Pacífico, Norte, Bajío, Centro, Valle de México, Sureste).
	Levantamiento:	Marzo 2021.
	Segmentos analizados:	<ul style="list-style-type: none"> • Shoppers responsables de las compras domésticas. • Shopper no responsables de las compras domésticas.

Inversión

Membership 2.0 Shopper Autoservicios:

Membresía 2.0 Shopper Autoservicios

Incluye:

- **Membresía Ilacad 2.0**
 - ✓ Panorama Retail y Biblioteca.
 - ✓ Retail Index América Latina.
 - ✓ Mapas del Food Retail, Pharma y Convenience América Latina.
 - ✓ Retailer Profiles de las principales cadenas de cada país.
 - ✓ Webinars Ilacad Live Experience (Mapas Latam). Sin límite de participantes
 - ✓ 20 Training Credits para los Live Master Training.
 - ✓ 5 cuentas OPENCatman Pro sin costo por un año.
- **Estudio Shopper Autoservicios México 2021.**
- 20 Webinars Shopper Ilacad Live Experience (Sólo cadenas Autoservicio) Sin límite de participantes.
- Posibilidad de agregar módulos Independientes por Canal:
 - ✓ Shopper Canal Convenience
 - ✓ Shopper Canal Pharma
 - ✓ Shopper eCommerce.

Condiciones:

- Precios no incluye el IVA.
- Precios en pesos mexicanos.
- La contratación de Shopper otorga a la empresa contratante una Licencia de utilización de los datos del estudio en nombre propio. Estos datos no pueden ser cedidos ni copiados bajo cualquier forma para terceras empresas.
- Permite el acceso a la información del estudio por Cuenta Clave en www.ilacadworldretail.com.

Inversión

Membership 2.0 Shopper Omnicanal:

Membresía 2.0 Shopper Omnicanal

Incluye:

- **Membresía Ilacad 2.0**
 - ✓ Panorama Retail y Biblioteca.
 - ✓ Retail Index América Latina.
 - ✓ Mapas del Food Retail, Pharma y Convenience América Latina.
 - ✓ Retailer Profiles de las principales cadenas de cada país.
 - ✓ Webinars Ilacad Live Experience (Mapas Latam). Sin límite de participantes.
 - ✓ 20 Training Credits para los Live Master Training.
 - ✓ 5 cuentas OPENCatman Pro sin costo por un año.

- **Estudio Shopper Omnicanal México 2021.**

- Módulos Independientes por Canal:
 - ✓ Shopper Canal Convenience.
 - ✓ Shopper Canal Pharma.
 - ✓ Shopper eCommerce.

- 28 Webinars Shopper Ilacad Live Experience (Todos los Canales) Sin límite de participantes.

Condiciones:

- Precios no incluye el IVA.
- Precios en pesos mexicanos.
- La contratación de Shopper otorga a la empresa contratante una Licencia de utilización de los datos del estudio en nombre propio. Estos datos no pueden ser cedidos ni copiados bajo cualquier forma para terceras empresas.
- Permite el acceso a la información del estudio por Cuenta Clave en www.ilacadworldretail.com.

Cadenas Contempladas por Módulo

Shopper Canal Autoservicios

- ✓ Walmart SC
- ✓ Chedraui
- ✓ Soriana Híper
- ✓ HEB
- ✓ La Comer
- ✓ Ley
- ✓ Chedraui Selecto
- ✓ Soriana Súper
- ✓ Walmart Express
- ✓ Fresko
- ✓ City Market
- ✓ Calimax
- ✓ Súper Che
- ✓ Súper Chedraui
- ✓ Super Ley
- ✓ S-Mart
- ✓ Al Super
- ✓ Súper Aki
- ✓ Súper del Norte
- ✓ Merco
- ✓ Sam's Club
- ✓ Costco
- ✓ City Club
- ✓ Bodega Aurrera
- ✓ Soriana Mercado
- ✓ Mi Tienda del Ahorro
- ✓ Ley Express
- ✓ Bodega Aurrera Express
- ✓ Soriana Express
- ✓ Supercito (chedraui)
- ✓ Waldos
- ✓ Tiendas Neto
- ✓ Tiendas 3B
- ✓ Zorro
- ✓ Garis
- ✓ Scorpion
- ✓ Dunosusa

Shopper Canal Convenience

- ✓ Oxxo
- ✓ 7Eleven
- ✓ Circle K
- ✓ Six
- ✓ Modelorama

Shopper Canal Pharma

- ✓ Farmacias Guadalajara
- ✓ Farmacia del Ahorro
- ✓ Farmacia Benavides
- ✓ Farmacia Yza
- ✓ Farmacia San Pablo
- ✓ Farmacias Similares

Shopper eCommerce

- ✓ walmart.com.mx
- ✓ bodegaaurrera.com.mx
- ✓ sams.com.mx
- ✓ soriana.com
- ✓ costco.com.mx
- ✓ fahorro.com
- ✓ farmaciasanpablo.com.mx
- ✓ Rappi
- ✓ Amazon
- ✓ Mercado Libre

La apertura de las Cadenas dependerá del número de casos necesarios para aperturar.



Agenda 2021:

Webinars: Ilacad Live Experience
















Tema	Fecha
Mapa Food Retail Latam 2021	23 de abril
Mapa Pharma Latam 2021	25 de junio
Mapa Convenience Latam 2021	20 de agosto

Webinars Shopper: Ilacad Live Experience

Cadena	Fecha
Estudio Omnicanal 2021	15 de abril
Shopper Walmart Supercenter	22 de abril
Shopper Soriana Híper	29 de abril
Shopper La Comer	6 de mayo
Shopper Farmacia Guadalajara	13 de mayo
Shopper HEB	20 de mayo
Shopper Walmart Express	27 de mayo
Shopper Sam's Club	3 de junio
Shopper Chedraui	10 de junio
Shopper Soriana Mercado	17 de junio
Shopper Bodega Aurrera	24 de junio
Shopper eCommerce	1° de julio
Shopper Bodega Aurrera Express	8 de julio

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

Webinars Shopper: Ilacad Live Experience

Cadena	Fecha
 Shopper Oxxo	15 de julio
 Shopper Casa Ley	22 de julio
 Shopper Tiendas Neto	29 de julio
 Shopper Farmacia Benavides	5 de agosto
 Shopper El Zorro	12 de agosto
 Shopper 7Eleven	19 de agosto
 Shopper Costco	26 de agosto
 Shopper Soriana Express	2 de septiembre
 Shopper Tiendas 3B	9 de septiembre
 Shopper Farmacia del Ahorro	23 de septiembre
 Shopper Garis	30 de septiembre
 Shopper Smart	7 de octubre
 Shopper Soriana Súper	14 de octubre
 Shopper Farmacia Yza	21 de octubre
 Shopper Calimax	28 de octubre

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

Live Master Training



«LIVE MASTER TRAINING PROGRAMS» PARA ENCARAR UNA RELACIÓN PRODUCTIVA CON LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN

Con alrededor de 10.000 ejecutivos capacitados en los últimos 25 años, los programas de ILACAD World Retail se impusieron como una referencia en administración de Categorías y Cuentas Claves.

Resultado del alto grado de conocimiento del sector de consumo masivo y de la experiencia internacional de sus consultores, las sesiones intensivas de trabajo que propone ILACAD otorgan a sus participantes conocimientos y herramientas pragmáticos para liderar y hacer productiva su relación con las cadenas de distribución.

Para 2021, ILACAD World Retail programó en América Latina los siguientes Trainings de referencia:

Certificado de Category Management:

- **CATMAN I: Desarrollo Conjunto de Categorías**
- **CATMAN II: Planes Tácticos de la Categoría**

Certificado de KAM Management:

- **KAM I: Detección de oportunidades en el cliente**
- **KAM II: The 5 golden rules of Negotiation**
- **KAM III: KA & Joint Business Planning**

Shopper Developement: Desarrollar Ventas Enfocados al Shopper



Agenda 2021:



Live Master Training

Tema	Training Credits	Fecha
Shopper Development: Desarrollar ventas enfocadas al Shopper	4 Training Credits	22 y 23 de febrero
KAM I: Detección de Oportunidades en el Cliente	4 Training Credits	1, 2, y 3 de marzo
Certificación Category Management Sesión I: Desarrollo Conjunto de Categorías	8 Training Credits	8, 9 y 10 de marzo
Certificación Category Management Sesión 2: Planes Tácticos de la Categoría		22, 23 y 24 de marzo
KAM II: The 5 Golden Rules of Negotiation	4 Training Credits	6, 7 y 8 de abril
KAM III: Key Account & Joint Bussiness Planning	4 Training Credits	3 y 4 de mayo
Shopper Development: Desarrollar ventas enfocadas al Shopper	4 Training Credits	11 y 12 de mayo
Certificación Category Management Sesión I: Desarrollo Conjunto de Categorías	8 Training Credits	31 de mayo, 1º y 2 de junio
Certificación Category Management Sesión 2: Planes Tácticos de la Categoría		14, 15 y 16 de junio
Shopper Development: Desarrollar ventas enfocadas al Shopper	4 Training Credits	05 y 06 de julio
KAM I: Detección de Oportunidades en el Cliente	4 Training Credits	30 de agosto, 1º y 2 de septiembre
KAM II: The 5 Golden Rules of Negotiation	4 Training Credits	4, 5 y 6 de octubre
Certificación Category Management Sesión I: Desarrollo Conjunto de Categorías	8 Training Credits	4, 5 y 6 de octubre
Certificación Category Management Sesión 2: Planes Tácticos de la Categoría		18, 19 y 20 de octubre
KAM III: Key Account & Joint Bussiness Planning	4 Training Credits	8 y 9 de noviembre

Programa sujeto a modificaciones sin previo aviso.

Los “Live Master Training” son exclusivamente liderados por Consultores Senior con alto grado de experiencia en el sector de consumo masivo



Frédéric Gautier

Especialista Francés en estrategias de Retail y en Trade Marketing. Presidente y fundador de ILACAD. Egresado de la Escuela de la Cámara de Comercio y de Industria de Paris (ECCIP), se especializó en el marketing de la distribución en el IGC (París). Se desempeñó como consultor internacional para Chétochine Conseil en Francia. En 1993, instaló y desarrolló en Argentina la filial Latinoamericana del mismo grupo. En el año 1997, fundó ILACAD. Desde ese momento, desarrolló en América y Europa iniciativas para fomentar la adopción de Mejores Prácticas, proponiendo una metodología pragmática de trabajo de la que apoyó la implementación en más de 10 países.



Benoît Ripoll

Francés de padres españoles, es diplomado de ESC de Rouen (Francia). Empezó su carrera en China para el Crédit Agricole. Ejerció funciones comerciales en L'Oréal, División Grand Public (Jefe de venta, Key Account Manager, Director Marketing Distribución), en donde contribuyó en el desarrollo del Category Management y del ECR. Luego, tomó la dirección general de varios Hipermercados Carrefour antes de incorporarse en la Cegos como Consultor Senior especialista de la negociación y de la comercialización a cadenas de supermercados.



Marco Milani

Brasileño licenciado en comercialización con MBA en University of Texas. Empezó su carrera en Unilever como jefe de producto, Gerente de información y gerente de promociones y operación. Luego, orientó su carrera hacia consultoría ejerciendo responsabilidades gerenciales en consultorías orientadas al sector de consumo masivo como Grupo Supermarket Vision, Grupo Chétochine de Brasil, Publicad/Promopack, antes de encargarse de la apertura de ILACAD de Brasil del que ocupa la función de socio gerente.



Héctor Pinto

Guatemalteco, Lic. en Mercadeo con MBA de la Universidad Católica de Chile. Con 24 años de experiencia en Servicios de Mercadeo, Mercadeo de Marcas en consumo masivo y Retail. Durante 11 años integró el grupo La Fragua y CARHCO socios de Wal-Mart Centro América, desempeñando las funciones de: Gerente de Mercadeo, Director de Abarrotes, Director de Category Management y Vicepresidente Comercial. Actualmente es Presidente en Miniso Guatemala

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

Sesión I (Live Master Training)

Desarrollo Conjunto de Categorías

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Definir, instrumentar y monitorear el desarrollo de una categoría en un trabajo conjunto cadena-industria con base a métodos de Category Management.

OBJETIVOS

Entender las nuevas modalidades de trabajo entre fabricantes y Cadenas que implica el Category Management, y brindar un método claro para la identificación de oportunidades de desarrollo de la Categoría.

CONTENIDO

I. Alcances y enfoque del Category Management.

- Indicadores de desempeño de la Categoría.
- Contribución de la categoría en la ecuación financiera de la cadena.
- Definición de los objetivos del Category Management.
- Repartición de roles y de responsabilidades entre Cadenas y Proveedores.

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.

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.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Tres sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

Sesión II (Live Master Training) Planes Tácticos de la Categoría

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Aprender a tomar decisiones de surtido y acomodo en una categoría, con base a las ventas e información del comportamiento de compra del Shopper

OBJETIVOS

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

CONTENIDO

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.

II. Elaboración del Planograma.

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

III. Tácticas de Precio y Promoción.

- El mecanismo de fijación de precios en un contexto competitivo.
- El rol del Category Captain en la fijación de precios.
- El plan promocional de la Categoría.
- Evaluación de la eficiencia promocional de la Categoría.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Tres sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

KAM I (Live Master Training)

Detección de oportunidades en el cliente

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Comprender el ADN del cliente con el fin de formularle propuestas adecuadas a sus objetivos, a cambio de contrapartidas favorables para su negocio.

OBJETIVOS

KAM1 es un programa pragmático orientado a responsables de Cuentas Claves. Se basa en el análisis del modelo financiero y competitivo de las cadenas de distribución. Permite al participante realizar una clasificación de sus clientes por modelo de negocio, evaluar su propio desempeño en el cliente, y armar argumentarios usando esos diferentes parámetros.

CONTENIDO

I. Los datos claves para evaluar su desempeño en el cliente Retailer

- Realizar un balance entre su propio desempeño y el de su cliente
- Comprender qué necesita el cliente en términos de margen, y como lo expresa
- Definir oportunidades de venta acorde a la participación de la cadena en su mercado

II. Análisis financiero del negocio Detallista.

- Trabajar con balances reales de cadenas para identificar el modelo de negocio del cliente
- Aprender a clasificar a sus clientes en base a su estrategia de Pricing, de Margen, de Stock y de pago a Proveedores
- **Casos: Análisis de balances de Cadenas de distribución.**

III. Definir oportunidades en el cliente en base al comportamiento de compra de su Shopper

- Diferencia entre Marketing In y Marketing Out de la cadena
- Clasificar a las cadenas con relación a su desempeño con respecto al Shopper
- Identificar Oportunidades de venta en cuanto a la repartición de las compras del Shopper
- Armar argumentos de venta basadas en la situación competitiva de la cadena y sus oportunidades con el Shopper

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Dos sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

KAM II (Live Master Training)

The 5 Golden Rules of Negotiation

3 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Aprender a liderar las entrevistas de negociación gracias a su preparación, al conocimiento de los puntos fuertes del comprador y a la aplicación de un método efectivo para lograr hacer valer sus propios objetivos.

OBJETIVOS

Este curso 100% práctico, tiene como objetivo preparar a los ejecutivos que lideran las negociaciones con las cadenas de distribución para enfrentarlas con éxito. Se basa en una definición objetiva del escenario de cada negociación, aportando métodos y técnicas que permiten lograr su objetivo durante el transcurso de las rondas de negociaciones. Aporta a sus participantes las herramientas para resistir a la presión de la negociación con las cadenas de distribución y manejar, en el tiempo, el logro de los objetivos que le están asignados.

CONTENIDO

I. Preparación de la Entrevista de Negociación.

- Hacer la diferencia en Vender y Negociar.
- Interpretar el Organigrama del Cliente y analizar sus procesos de Decisión.
- Diseñar el GRID (Grupo Real de Influencia y Decisión del Cliente).
- Preparar su plan de Lobbying a partir del GRID.

II. El Contexto de Negociación con un comprador.

- Comprender los objetivos y las motivaciones de los compradores: ¿Cómo realiza su elección un comprador?.
- Descubrir y detectar las figuras de negociación del comprador, y entrenarse para esquivarlas.
- Los 6 cursores de poder o equilibrio psicológico de la relación.

III. Práctica de las “5 Reglas de Oro” de la Negociación durante la entrevista con el cliente.

- Abrir una negociación con un alto nivel de exigencia.
- Cómo manejar los pedidos de concesión.
- Cómo obtener Contrapartidas frenando los pedidos de Concesión.
- Cómo llegar a un acuerdo Win-Win.
- Cómo concluir la entrevista del Cliente.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Tres sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

KAM III (Live Master Training)

Key Account & Joint Business Planning

2 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Jerarquizar y establecer las bases del plan interno por Cuenta Clave, y aprender a instrumentar un plan desarrollo conjunto con las mismas.

OBJETIVOS

KAM III tiene como objetivo aprender a elaborar un plan por cuentas claves basado en el análisis de los datos de la cadena, del proveedor y del mercado con base a un método propio de ILACAD World Retail. En el marco de un Joint Business Planning, se pretende planificar y ejecutar estrategias beneficiando a ambas partes. Mediante una colaboración constructiva, retailers y proveedores enfrentan en conjunto desafíos estratégicos en términos de Category Management, Trade Marketing y gestión del surtido para lograr una situación de ganar-ganar, dando un mejor servicio al Shopper con precios competitivos y márgenes coherentes.

CONTENIDO

Definir su Plan de venta por Cuenta Clave

- Analizar la venta obtenidos el año anterior y definir un nuevo objetivo de venta
- Evidenciar potenciales de venta por cliente
- Evidenciar Oportunidad para la Marca para cada cliente
- Formalizar el plan por un objetivo cuantitativo y cuantitativo

II. Joint Business Planning (JBP)

- Las principales fundamentos del proceso.
- Identificar las etapas claves de planificación.
- Evaluar las oportunidades de crecimiento para ambas partes.
- Saber donde priorizar entre el shopper, la categoría y la estrategia del cliente.

III. Las fases del Joint Business Planning

- Presentar los principales fundamentos del proceso.
- Planificación estratégica común.
- Ejecución, coordinación y análisis.
- Control de logro de objetivo.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Dos sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.

Shopper Development (Live Master Training)

Desarrollar Ventas Enfocados al Shopper

2 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

DESTINATARIOS:
Category Managers,
Category Captains,
Gerencias de Trade
Marketing,
Responsables
Comerciales, Key
Accounts Managers.

Cómo interpretar al Shopper y tomar decisiones pertinentes. El Shopper está en el centro de las discusiones de equipos de Marketing, Trade Marketing y Category Management. Pero, ¿sabemos interpretar su comportamiento?, ¿con qué métodos o herramientas podemos entenderlo en toda su complejidad a fin de encontrar los Insights pertinentes?

OBJETIVOS

Aprender a interpretar el comportamiento de los Shoppers e incorporar herramientas para identificar los insights relevantes para lograr abordarlo de manera efectiva.

CONTENIDO

I. Diferencia entre Consumer, Shopper y Buyer.

II. Comprender la relación entre el Shopper y las tiendas visitadas.

- El circuito de compra del Shopper (Path to Purchase).
- La Shopping Mission.
- Las oportunidades de cada categoría en relación a la Shopping Mission.

III. Comprender al Buyer, en el momento de su decisión de compra.

- Noción de Purchase Occasion - Occasion Based Marketing.
- La secuencia de la decisión o Decision Tree.
- El circuito de compra en la tienda y la impulsión de compra.
- El Buyer y la fuerza de la marca: Absolute Brands Markets, Relative Brand Markets, Transparent Brand Markets.

IV. El Shopper Management Process

- Método del Shopper Management Process.
- El Shopper Management Process en el marco del Category Management.
- Aplicación del método a un caso práctico.

DESARROLLO DEL CURSO

Dinámica: Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

Sesión: Dos sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.