

SEMINARIO ONLINE



El Plan de Marketing

INICIO: Jueves 17 de agosto
8:30 a 11:30 hrs.



El Plan de Marketing

Objetivos del programa

Dada la nueva realidad y las exigencias tan volátiles de los mercados, es imperativo tener un Plan de Marketing como estructura clave en la Empresa que nos permite organizar de una forma sistemática las actividades comerciales que vamos a realizar y también realizar los ajustes necesarios de acuerdo a los cambios del mercado. Esta es una herramienta clave para garantizar que la actividad comercial esté bien dirigida y planificada y que nos permita lograr nuestros objetivos comerciales que deben ser acordes y consecuentes con la estrategia general de la organización.

Hoy las empresas deben adaptarse con la máxima rapidez a los cambios permanentes del mercado para transitar en estos nuevos

escenarios de alta competitividad en forma segura, sino también con clientes y consumidores que evolucionan más rápido que las organizaciones.

Este programa entrega una visión integrada e innovadora de las variables claves del proceso y de herramientas necesarias para la elaboración de un Plan de Marketing alineado con los objetivos comerciales y organizacionales.

METODOLOGÍA: El taller se realiza bajo el concepto "conocer habiendo". El conocimiento se adquiere analizando casos empresariales y realizando ejercicios empíricos de aplicación real al contexto de trabajo.

Contenido

Introducción para elaborar un plan de Marketing

Análisis del entorno competitivo y los Mercados cambiantes.
Estrategia y Objetivos corporativos
Propuesta de Valor de la organización.
Experiencia de compra. Customer Journey.
Los nuevos consumidores y sus decisiones de compra

Elaborando el Plan Comercial & Marketing

Plan de Marketing Integrado
Objetivos y los desafíos del Plan de Marketing
Herramientas de análisis
Integrando Ventas y Marketing
Variables claves y posicionamiento
Innovación y Desarrollo de Productos & Servicios

Gestionando el Portafolio de Productos

Rentabilidad. Clasificación y análisis del Portafolio
Cómo optimizar la Matriz de la cartera de productos
Matriz de análisis y política de Inventarios

Canales de Distribución

Canales tradicionales y canales digitales
Segmentación de canales de ventas y de clientes
Matriz del portafolio & Canales & Clientes
Matriz de Marca & Mercados

Marketing y la Economía Digital

Marketing en escenarios volátiles y cambiantes
Tendencias y paradigmas del Ecommerce
Desafíos de los negocios online y el offline.
La estrategia en el Marketing digital
Estrategia Omnicanal

Contenido

Variables claves de estimación de demanda

Integración del marketing con la cadena de suministro.
Definición de los drives claves para definir el forecast o proyecciones de ventas.
Estimación de Demanda y Plan de Marketing

Implementación y Táctica del Plan de Marketing

Marketing Operacional.
Implementación de las oportunidades definidos en el Plan.
Ejecución del Plan alineada con Ventas y Clientes.
Visión integral de la cadena de suministro.
Acciones tácticas de fidelización

Indicadores de Gestión

Indicadores de Gestión Claves de Marketing
KPI's de medición de canales de ventas-clientes
KPI's de Niveles de Servicio foco en el mercado y los clientes

Ejercicios programados para el curso

Cadena de Valor corporativa y su impacto en los clientes y en las Ventas.
Nueva Estrategia de Prospección y Fidelización de Clientes.
Pirámide Invertida.
Definir la hoja de ruta de tu Customer Journey.
Tu Plan de Marketing paso a paso.
Clasificación y análisis del Portafolio.
Modelo Matriz de la cartera de productos.
Matriz del portafolio & Canales & Clientes.
Matriz Omnicanal y negocios online & offline.
Variables del Forecast y el impacto el plan de marketing.
Matriz de oportunidades, ejecución y seguimiento del plan de marketing.

Relator



Pablo A. Barberis

Ingeniero comercial, con postítulo y especialista en Marketing Estratégico, Marketing Digital y post formación en Retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación internacional de Scrum Alliance en metodología Agil. Scrum Master. Especialista en Design Thinking. Más de 20 años de experiencia liderando gerencias generales, comerciales y de ventas en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, empresas de servicios y de tecnología en Chile y Latino América, en empresas nacionales e internacionales. Lidera proyectos de innovación y transformación digital para nuevos canales de ventas y para diferentes mercados.

Información e inscripciones

Fecha de inicio	Jueves 17 de agosto de 2023
Fecha de término	Martes 29 de agosto de 2023
Días	Martes y jueves
Horario	8:30 a 11:30 hrs.
Duración	12 horas (4 sesiones de 3 horas cada una)
Modalidad	Online
Valor general	\$263.000
Valor Socios de ICARE	\$179.000
Descuentos	15% de descuento por 5 o más inscripciones

[INSCRÍBASE AQUÍ](#)

INSCRIPCIONES:

Capacitación ICARE Ltda.

RUT: 76.619.580-6

Teléfonos: 22280 5311 – 22280 5329

Email: seminarios@icare.cl