



El Plan de Trade Marketing

Una estrategia clave para ganar en el punto de venta. Metodología para orientar tu organización al cliente, ganar rentabilidad y aumentar las ventas con un enfoque totalmente práctico.

-

03 de marzo

Online

Online

-

De 9:30 a 13:30 y de 15:00 a 17:30

Objetivos de esta Formación

- Comprender las claves de la función de Trade Marketing y cómo mejorar la eficiencia en la gestión del punto de venta.
- Aprender a desarrollar un Plan de Trade mediante formación teórica, ejemplos prácticos y un taller aplicado.
- Conocer la perspectiva de Trade Marketing de un líder en el sector y gran experto en Trade.

Con la participación de

- Un fabricante líder nos explicará su visión del Trade Marketing, cómo se organiza y expondrá casos de éxito en colaboración con la distribución.



Incluye taller práctico

Taller práctico: Desarrollo de un Plan de Trade Marketing

- Desarrollo de un plan de Trade Marketing desde una estrategia de categoría y los insights de consumidor entregados.

Dirigido a

- Fabricantes. Profesionales de las áreas de Marketing, Comercial, Customer Marketing y Trade Marketing de empresas fabricantes.

Programa

El rol estratégico del Departamento Trade Marketing

- La relevancia de esta función en el contexto actual de la distribución española.
- El papel estratégico del departamento de Trade Marketing.
- Cuáles son las funciones y la organización del departamento de Trade Marketing dentro de una compañía

El plan de Trade Marketing

Definición, desarrollo y ejecución de un Plan de Trade Marketing eficiente.

- Fase 1 : Análisis y fijación de objetivos.
- Fase 2 : Planificación estratégica.
- Fase 3 : Despliegue del shopper mix.
- Fase 4 : Calendario y planes de acción.
- Fase 5 : Medición y ajustes del plan.

Taller práctico: Desarrollo de un Plan de Trade Marketing

- Los participantes trabajarán sobre un caso ficticio de fabricante y distribuidor para construir un Plan de Trade Marketing apoyado en la estrategia de categoría y los insights de consumidor, que será presentado y debatido en sesión plenaria.

La visión de Trade Marketing de un fabricante líder

Coca-Cola compartirá su **modelo comercial de crecimiento**, mostrando cómo traduce su visión estratégica en **palancas concretas de trade marketing** para desarrollar el negocio en el punto de venta.

A través de su experiencia, abordará:

- Las **categorías y segmentos** que liderarán el crecimiento.
- La **segmentación de canales** como base de la propuesta comercial.
- El papel de las **ocasiones de consumo** en la construcción de valor.
- Las **prioridades de las marcas** dentro del portafolio.
- Y cómo todo ello se **activa de forma efectiva en el punto de venta**.

Un enfoque integral que conecta **estrategia, ejecución y crecimiento**, desde la toma de decisiones hasta su impacto en el lineal.

Formadores AECOC



Maite Echeverría
Resp. Customer
Mgmt.

Precios

Descuento del 20% a partir del 2º inscrito de una misma empresa.

- **No socio 470€**
IVA general (21%) / asistente
- **Socio 390€**
IVA general (21%) / asistente
- **Requisitos para conectarse: Sistema Operativo: Windows Vista – Windows 10, Mac OS X 10.8 – 10.11 Explorador web, Chrome v39 , Firefox v34, Internet Explorer v8 , Microsoft Edge, Safari v6 o una versión más reciente de estos navegadores**

Bonifícate este curso

Para gestionar esta bonificación, se debe poner en contacto con la Fundación Estatal y presentar la documentación requerida al menos 7 días antes del inicio del curso en el caso de formación