

DIPLOMATURA EN ESTRATEGIA COMERCIAL Y MARKETING PARA PYMES

Las decisiones que se toman en las PyMEs, ya sean cotidianas o ligadas con el futuro de la empresa, deben ser analizadas con rigurosidad y consistencia para fortalecer la organización. Por ello el desarrollo de estrategias de marketing que guíen el crecimiento es fundamental para mejorar el negocio.

La Diplomatura brinda una mirada teórico-práctica, para brindar soluciones concretas a las problemáticas diarias, sin perder profundidad conceptual. El equipo académico cuenta con amplia experiencia como consultores de PyMEs, lo que garantiza el constante uso de ejemplos que, en su mayoría,

proviene de casos reales en los que se han aplicado las técnicas y herramientas del programa.

Esta propuesta, diseñada especialmente para el mundo PyME, propone un espacio de fortalecimiento de herramientas para la elaboración de estrategias comerciales.



CURSADA

8 JORNADAS DE DÍA COMPLETO,

1 vez por mes, con almuerzo y espacios de coffee.

HORARIO: de 9 a 18 horas.

SEDE: Av. Córdoba 374, Ciudad de Buenos Aires.

INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA DE MARKETING PYMES

De "El saber hacer" a "El saber hacer un negocio con lo que sé". Qué es hacer marketing en una PyME. Indicadores para diagnosticar la estrategia de la empresa PyMe. El mercado, los clientes, y la marca.

CONSUMIDORES

Quiénes son, qué quieren, cómo deleitarlos. Herramientas para conocerlos

INFORMACIÓN

¿Cómo puedo aprovechar la información que genera mi empresa? Acciones comerciales a partir del análisis de datos.

PRODUCTOS E INNOVACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

¿Hay que persistir con la línea actual? ¿Cuándo hay que innovar? ¿El cambio es siempre una solución? ¿Qué modificar y qué preservar? Métodos de innovación.

TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN

¿Cómo aumentar la vida media de los clientes? Campañas para mejorar la retención. ¿Cómo medir la satisfacción de los clientes? Tableros de seguimiento. ¿Cómo incrementar el valor de los clientes en un entorno B2C y B2B?

¿CUÁNTO COBRO POR MI PRODUCTO O SERVICIO?

Políticas de precios ligadas a aumentar la rentabilidad y mejorar la posición competitiva en el mercado.

LA FUERZA DE VENTA, ARMADO DE EQUIPOS, TÉCNICAS DE PERSUASIÓN. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, NEGOCIACIÓN

Métricas de cobertura. ¿Qué conviene de acuerdo al tipo de negocio?

COMUNICACIÓN. EL MITO DE QUE LAS PYMES NO TIENEN PRESUPUESTO PARA CAMPAÑAS

Cómo publicitar en medios online y offline. Campañas de marketing directo. Cómo elegir la comunicación más adecuada al negocio. La disrupción bien entendida, la creatividad y la innovación como claves para darse a conocer y crear valor de marca.

PROFESORES



Dra. Gabriela Sirkis

Doctora en Dirección de Empresas, UCEMA. Estudio del consumo e Investigación de Mercado, UBA. Posgrados en Dirección de Empresas, UCA. Ingeniera Electrónica, UBA. Directora de la consultora GPSMARKETING. Consultora en Marketing & Research. Asesora a empresas en planeamiento estratégico, marketing, e investigación de mercado. Se desarrolló en los departamentos de marketing de empresas multinacionales (IBM, Bunge & Born, Cadbury Stani), así como en la consultoría externa de grandes compañías y pymes. Es Secretaria Académica del Departamento de Marketing de la UCEMA y docente de la UBA. En el ámbito internacional, dicta clases para el MBA de Edinburgh Business School y clases de Doctorado en SMC University.

Mg. Rodrigo Castiglione

Más de 15 años en diferentes posiciones relacionadas con la disciplina del marketing en el sector de las Telecomunicaciones. Actualmente se desempeña como consultor de empresas, especializado en temas de marketing y estrategia. Se formó como Ingeniero en Electrónica en la UNLP y posteriormente obtuvo el Máster en Dirección de Empresas (MBA) en la UCEMA. Es un referente en la divulgación de temas de marketing. Se desempeñó en Radio Continental como columnista especializado y participa habitualmente como expositor en seminarios y congresos en Argentina y Latinoamérica.

