

CURSO

Shopper Marketing: Estrategias para el punto de venta

¿De qué trata?

El shopper es el término con el que se nombra en mercadotecnia al comprador que acude a una tienda y, en muchas ocasiones, no es el consumidor final del producto.

En este curso los participantes entenderán a detalle qué es un shopper y cómo pueden influir en sus decisiones de compra a través de técnicas de marketing en el punto de venta. Comprenderán nuevos conceptos para la toma de decisiones estratégicas como el uso de las emociones y cómo hacer que el retorno de la inversión se aproveche al máximo.

Temario

- ¿Qué es un Shopper?
- Importancia de Insights
- Cómo vender en temporadas
- Maximización del ROI (retorno de la inversión)
- Marketing de emociones
- Ecosistema de lealtad del comprador
- Plan de Marketing
- Megatendencias Retail

¿Quién imparte?

Oziel López Sánchez | HR Learning & Development Leader en PUMA. Administrador de Negocios Internacionales por la Universidad de las Américas-Puebla (UDLAP), y Maestro en Estrategias Comerciales por la Universidad Panamericana. Ha ocupado distintas posiciones en la industria de la moda: Visual Merchandiser y Product Trainer en Adidas y Senior Retail Trainer y Head of Training en PUMA.

¿HABLAMOS?

Erika Medina | ☎ 55 4897 2870 | emedinaa@centro.edu.mx