

# SHOPPER CENTRIC CATEGORY MANAGEMENT

Guayaquil,  
Ecuador

25 y 26 de  
abril, 2018

## OPTIMICE LAS TÁCTICAS EN EL PUNTO DE VENTA UTILIZANDO HERRAMIENTAS CON BASE EN EL COMPORTAMIENTO DEL SHOPPER, SEGMENTACIÓN, CLUSTERIZACIÓN E INSIGHTS.

### ¿QUÉ ES?

Seminario interactivo con mesas de trabajo que incluyen presentaciones, discusiones grupales, ejercicios y casos de estudio que le ayudarán a:



- Unir un marco de referencia basado en el shopper en sus procesos existentes de administración de categorías.



- Obtener ideas del comportamiento subconsciente del shopper e cuáles son sus implicaciones.



- Definir estrategias comerciales consistentes direccionadas por un profundo del comportamiento del shopper.



- Desarrollar tácticas para ganar la batalla por los shoppers.



- Aplicar los últimos hallazgos de las investigaciones neurológicas en las tácticas en el punto de venta.



- Conectar con profesionales en el ámbito de la administración de categorías.

### ¿QUIÉN DEBE ASISTIR?

*Los participantes deben haber asistido al curso práctico de Category Management o tener un buen conocimiento del proceso de administración de categorías.*

**Detallistas:** Administradores de categorías, compradores, líderes de merchandising, planificadores de espacio y sus equipos.

**Fabricantes/Proveedores/Distribuidores:** gerentes de Marketing, gerentes de marca, gerentes de Trade Marketing, gerentes de Key Account, administradores de categoría y sus equipos.



### CONFERENCISTA

#### ALLAN AMADOR

CatMan Trainer, Sales Effectiveness  
LatAm

Allan se ha encargado de liderar la relación entre Nielsen y más de 60 cadenas detallistas en Centroamérica. Su rol ha incluido la supervisión de parte del equipo de Retail Service, el cual se ha dedicado a desarrollar consultorías para los supermercados, tiendas de conveniencia y farmacias más importantes de la región centroamericana. Adicionalmente, forma parte del equipo de consultores latinoamericanos en ofrecer soluciones integrales para la vertical de retail en Nielsen y es el responsable de la creación y organización de los materiales de Thought Leadership para Caribe y Centroamérica.

Su carrera en Nielsen se extiende por más de 9 años, tiempo que ha liderado distintos roles en el departamento de Retail Service en Centroamérica.

# SHOPPER CENTRIC CATEGORY MANAGEMENT

## AGENDA

### DÍA 1

**8:30a – 6:00p**

**Inscripción (hasta las 8:15a).**

**Introducción - ¿Por qué Shopper Centric?**

*Oportunidades que surgen de una mejor comprensión del shopper*

**Recapitulando Category Management**

*Principios clave del Category Management, ¿cómo colaboran detallistas y fabricantes?*

**Camino a la compra**

*Segmentación del shopper, misiones de compra, selección del canal y la tienda, clusterización de tiendas y sus implicaciones a nivel táctico*

**Definiendo y estructurando una categoría**

*¿Cómo ir más allá de los árboles de decisión cuantitativos de categoría?*

**Definiendo oportunidades estratégicas y KPIs**

*¿Cuáles percepciones y comportamientos del shopper deberíamos influenciar y cuáles criterios de desempeño utilizar?*

**Insights**

*¿Cómo generar insights motivacionales profundos sobre el shopper?*

### DÍA 2

**8:30a – 6:00p**

**Repaso del día 1**

**Producto**

*Surtido, colocación, merchandising, precio y promoción*

**Merchandising**

*¿Cuáles principios de merchandising se pueden aplicar para influenciar a los shopper durante el camino a la compra?*

**Precio**

*¿Cómo determinar el precio de un SKU dada la conciencia y la sensibilidad de precios del shopper?*

**Promoción**

*Cuándo promover, cuáles segmentos, cuáles mecánicas escoger para lograr los cambios deseados de comportamiento*

**Comportamiento subconsciente del shopper**

*Cómo influenciar al shopper en el punto de venta sin que se percate*

**Q&A**

## VALOR DEL TALLER Y DETALLES

Fecha y hora **25 y 26 de abril 2018**, 8:30a – 6:00p.

Lugar *Hotel Wyndham. Calle Numa Pompilio Llona S N.*

Incluye

1. Papelería necesario para el curso, pendrive con la presentación y los casos de estudio y el certificado.
2. Almuerzo y refrigerios para ambos días.

Valor del taller **USD 900 + IVA** por participante

**PARA MAYOR INFORMACIÓN POR FAVOR CONTACTAR A:**

Contacto	Email	Teléfono
Diana Intriago	Diana.Intriago@nielsen.com	+593 4 500 5402 ext. 5311

## SHOPPER CENTRIC CATEGORY MANAGEMENT

# FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Por favor complete el siguiente formulario para inscribirse y envíelo por email antes del **18 de abril de 2018** a este contacto:

Contacto	Email	Teléfono
Diana Intriago	Diana.Intriago@nielsen.com	+593 4 500 5402 ext. 5311

Deseo / deseamos asistir al seminario de Nielsen Shopper Centric Category Management

<b>Compañía</b>	
<b>Dirección</b>	
<b>Contacto</b>	

No.	Nombre	Puesto	Celular	Email
1				
2				
3				
4				
5				

**Número de participantes:** \_\_\_\_\_ **Valor total:** \_\_\_\_\_

- 5% de descuento por inscripción temprana. Aplica hasta el 25 de marzo.
- 5% de descuento adicional para grupos de 3 a 5 participantes y 10% para 6 ó más participantes de la misma compañía.

Para confirmar su participación, requerimos el 100% del pago por adelantado para todos los participantes. Los detalles de **NIELSEN** vendrán en la factura.

No habrá desembolsos por cancelaciones, sin embargo, se aceptan cambios de participantes a la hora del registro.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Sello de la compañía: \_\_\_\_\_