



OBJETIVOS

- Evaluar el desempeño de una marca o negocio.
- Revisión de indicadores agregados y de mayor capilaridad.
- Identificación de principales oportunidades para mejorar el desempeño de la marca o negocio.
- Formulación de acciones necesarias para capitalizar oportunidades.

CERTIFICACIÓN

Al finalizar el curso se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima del 80%.

DURACIÓN

9 horas reloj.

DIRIGIDO A

Personas que tienen roles estratégicos o poder de decisión sobre la dirección de una marca o negocio. De igual manera todos los públicos que trabajen relacionados con marketing.

CONTENIDO MÍNIMO

INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA 4A'S

- Fundamento teórico
- Mercado actual y Contexto competitivo
- ¿Evaluar el Qué? ¿y el Cómo? Del desempeño de las marcas/negocios
- Cómo se relacionan las 5A's y el plan.

CAPITULO 2: AWARENESS

- Definición y ejemplos
- Ejemplos de KPI's a medir
- Periodicidad
- Caso practico

CAPITULO 3: AVAILABILITY

- Definición y ejemplos
- Ejemplos de KPI's a medir
- Periodicidad
- Caso practico

CAPITULO 4: ACCEPTABILITY

- Definición y ejemplos
- Ejemplos de KPI's a medir
- Periodicidad
- Caso practico

CAPITULO 5: AFFORDABILITY

- Definición y ejemplos
- Ejemplos de KPI's a medir
- Periodicidad
- Caso practico

CAPITULO 6: PLAN (CÓMO?)

- Definición 7P'S.
- Relación 7P's con las 4A's.
- Dashboard de revisión
- Formulación del Plan (caso práctico).

INSTRUCTOR

Oscar Alberto Véliz Mercado

Ingeniero Industrial y de Sistemas, con más de 10 años de experiencia en consumo masivo en mercados como Colombia, Bolivia y Perú. Experiencia en cargos gerenciales de Marketing, Ventas y Trade Marketing. Trabajó con las operaciones de Kimberly Clark en Bolivia y Colombia. Master en Economía Industrial por la Universidad Carlos III de Madrid, España.