

CURSO

SHOPPER MARKETING: ESTRATEGIAS PARA EL PUNTO DE VENTA

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
Whatsapp | 55 7931 6629

SHOPPER MARKETING: ESTRATEGIAS PARA EL PUNTO DE VENTA CURSO

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
Whatsapp | 55 7931 6629

¿DE QUÉ SE 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.