

# Shopper Development (Live Master Training)

## Desarrollar Ventas Enfocados al Shopper

2 sesiones online en vivo de 3 horas cada una

**DESTINATARIOS:**  
Category Managers,  
Category Captains,  
Gerencias de Trade  
Marketing,  
Responsables  
Comerciales, Key  
Accounts Managers.

Cómo interpretar al Shopper y tomar decisiones pertinentes. El Shopper está en el centro de las discusiones de equipos de Marketing, Trade Marketing y Category Management. Pero, ¿sabemos interpretar su comportamiento?, ¿con qué métodos o herramientas podemos entenderlo en toda su complejidad a fin de encontrar los Insights pertinentes?

### OBJETIVOS

Aprender a interpretar el comportamiento de los Shoppers e incorporar herramientas para identificar los insights relevantes para lograr abordarlo de manera efectiva.

### CONTENIDO

#### I. Diferencia entre Consumer, Shopper y Buyer.

#### II. Comprender la relación entre el Shopper y las tiendas visitadas.

- El circuito de compra del Shopper (Path to Purchase).
- La Shopping Mission.
- Las oportunidades de cada categoría en relación a la Shopping Mission.

#### III. Comprender al Buyer, en el momento de su decisión de compra.

- Noción de Purchase Occasion - Occasion Based Marketing.
- La secuencia de la decisión o Decision Tree.
- El circuito de compra en la tienda y la impulsión de compra.
- El Buyer y la fuerza de la marca: Absolute Brands Markets, Relative Brand Markets, Transparent Brand Markets.

#### IV. El Shopper Management Process

- Método del Shopper Management Process.
- El Shopper Management Process en el marco del Category Management.
- Aplicación del método a un caso práctico.

### DESARROLLO DEL CURSO

**Dinámica:** Este curso se dicta Online por parte de un consultor Senior de ILACAD World Retail, dándole carácter de Master Class.

**Sesión:** Dos sesiones de tres horas en video conferencia, con realización de ejercicios de aplicación.