



ILACAD

RETAIL TRAINING
MEMBERSHIP



yoan.montolio@ilacad.com / +52 442 186 3980

CRECE EL ESPACIO Y LAS VENTAS DE TUS MARCAS Y CATEGORÍAS EN LAS TIENDAS



Formación estratégica para aumentar el impacto comercial de tus equipos

Con más de 25 años de experiencia en Latinoamérica y más de 10,000 ejecutivos capacitados, ILACAD World Retail se ha consolidado como referente en formación ejecutiva en Retail Marketing, Administración de Categorías y Gestión de Cuentas Clave.

Hoy, más que nunca, las decisiones de formación deben alinearse con los objetivos estratégicos del negocio. Por ello, en 2025, ILACAD se une a Yucca Retail para lanzar el programa **ILACAD Retail Training Membership**, una plataforma diseñada específicamente para empresas que buscan tener **todos sus equipos marketing y comerciales más competentes, mejor alineados y enfocados en resultados comerciales tangibles, con procesos claros compartidos**.

A través de una **suscripción anual**, tu empresa accede a un ecosistema de capacitación continua que combina:

- **6 cursos en vivo** (Live Sessions por videoconferencia) con duración de 3 x 3 horas con sus dinámicas y casos.
- **6 cursos e-learning** disponibles en todo momento para reforzar conocimientos clave.
- **Panorama Retail y Catman Latin Forum**: Acceso permanente a Insights del canal moderno, mejores prácticas y herramientas accionables para mejorar la ejecución en punto de venta y el crecimiento rentable.

Este modelo de formación ha sido diseñado para que tus líderes y equipos comerciales **hablen el mismo idioma, prioricen iniciativas con impacto y aceleren la toma de decisiones estratégicas** frente a clientes clave y cadenas de Retail.

Un objetivo compartido claro: **Crece el espacio y las ventas de tus marcas y categorías en las tiendas**

COMPETENCIAS POTENCIADAS EN LIVE SESSIONS e eLEARNINGS



1. Estrategia y tácticas

- Certificado Category Management 1
- Certificado Category Management 2
- Implementar Category Management
- Innovación



2. Negociación

- 5 reglas de Oro de la Negociación
- Negociación Harvard
- Joint Business Planning
- Selling Story



3. Implementación

- Shopper & Trade Marketing
- Shopper Strategy
- Retail Analytics & Planning
- KPIs



**ACCESO al
PANORAMA RETAIL**
para toda la empresa



**ACCESO GOLD al
CATMAN Latin Forum**
para toda la empresa





LIVE TRAININGS 2026

POR INSCRIPCIÓN



Una agenda anual de los entrenamientos más destacados, orientados al ejercicio y la práctica de los métodos enseñados, en manos de expertos experimentados de ILACAD World Retail

CAT
MAN

CERTIFICADO CATEGORY MANAGEMENT

MAR	Bloque I: 3, 4 y 5 de marzo Bloque II: 24, 25 y 26 de marzo	JUL	Bloque I: 30 de junio, 1 y 2 de julio Bloque II: 14, 15 y 16 de julio
MAY	Bloque I: 5, 6 y 7 de mayo Bloque II: 26, 27 y 28 de mayo	SEP	Bloque I: 1, 2 y 3 de septiembre Bloque II: 22, 23 y 24 de septiembre

KAM
GOLD

5 REGLAS DE ORO DE LA NEGOCIACIÓN

ABR	28, 29 y 30 de abril	AGO	18, 19 y 20 de agosto
JUN	8, 9 y 10 de junio	OCT	13, 14 y 15 de octubre

JBP
BIZ

JOINT BUSINESS PLANNING

JUN	16, 17 y 18 de junio	OCT	20, 21 y 22 de octubre
------------	----------------------	------------	------------------------

S&T
MKT

SHOPPER & TRADE MARKETING

ABR	14, 15 y 16 de abril	AGO	25, 26 y 27 de agosto
JUN	2, 3 y 4 de junio	OCT	5, 6 y 7 de octubre

RTL
A & P

RETAIL ANALYTICS & PLANNING

FEB	17, 18 y 19 febrero	JUL	7, 8 y 9 de julio
MAR	10, 11 y 12 de Marzo	SEP	8, 9 y 10 de septiembre
MAY	12, 13 y 14 de Mayo	NOV	17, 18 y 19 de noviembre



CERTIFICADO DE CATEGORY MANAGEMENT 1

DEFINIR LAS OPORTUNIDADES DE LA CATEGORÍA

Bloque I: Live Master Training de 3 sesiones online de 3 horas cada una



Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Formar a los participantes en los principios y pasos del proceso de Category Management, comprendiendo cómo desarrollar la categoría en beneficio mutuo para proveedor, cadena y shopper.

CONTENIDO:

I

SESIÓN I: **ALCANCES Y ENFOQUE DEL CATEGORY MANAGEMENT:**

- Definición de los Objetivos del Category Management
- Repartición de Roles y Responsabilidades entre Cadenas y Proveedores
- Los Indicadores de Productividad de la Categoría
- ¿Porqué el GMROI resume la Productividad de la Categoría

II

SESIÓN II: **DEFINIR OPORTUNIDADES PARA LA CATEGORÍA Y DISEÑAR SU ESTRATEGIA:**

- Etapas de elaboración de un plan estratégico, los 7 pasos.
- Los medios de análisis y búsqueda de oportunidades de una categoría.
- La elaboración de la estrategia de la categoría en su ámbito competitivo orientado al Shopper.

III

SESIÓN III: **CASO DE APLICACIÓN: ANÁLISIS DEL CASO JABÓN PARA LAVAR LA ROPA:**

- Aprender a destacar y medir la oportunidad de una Categoría en una Cadena.
- Definir el Scorecard de la Categoría.
- Definir la estrategia de la Categoría en cada segmento.



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Mejora la rentabilidad de las categorías al basar las decisiones en insights del shopper y datos de desempeño.
- Alinea áreas internas (ventas, trade, marketing) con una misma metodología de trabajo estructurada.
- Facilita una colaboración más estratégica con clientes o proveedores.



CERTIFICADO DE CATEGORY MANAGEMENT 2

PLANES TÁCTICOS DE LA CATEGORÍA



Bloque II: Live Master Training de 3 sesiones online de 3 horas cada una

Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Capacitar a los equipos en la aplicación práctica del CatMan a través de sus principales palancas: portafolio, planogramas, precio, promociones y comunicación (POP), asegurando su implementación efectiva.

CONTENIDO:

I

SESIÓN I: **MÉTODOS DE DEFINICIÓN DE SURTIDO DE LAS CATEGORÍAS:**

- Métodos de elaboración de un surtido eficiente
- Definición de la cobertura del surtido
- Definición de la fragmentación del surtido
- Regla del 80/20 en la definición del surtido.

II

SESIÓN II: **ELABORACIÓN DEL PLANOGRAMA:**

- Criterios a tomar en cuenta para el armado de un planograma. El árbol de decisión y su aplicación al planograma.
- Cuándo seguir y cuándo transgredir el comportamiento de compra del Shopper.
- Criterios de distribución del espacio en el planograma. La optimización del espacio.

III

SESIÓN III: **OPTIMIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LOS PLANOGRAMAS:**

- Caso práctico de optimización del planograma con OPENCatman.
- Cómo se integran las tácticas de precio y promoción.
- Implementación de los planogramas en tiendas.



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Aumenta la efectividad de la ejecución en tienda al trabajar con herramientas específicas por palanca.
- Eleva la conversión y la rotación de productos con estrategias accionables y medibles.
- Permite una planificación táctica más precisa por tipo de canal, cliente o misión de compra.

Live Master Training de 3 sesiones online de 3 horas cada una

Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Dotar a los equipos comerciales de una metodología clara, estructurada y aplicable para preparar, conducir y cerrar negociaciones con foco en la creación de valor y el crecimiento conjunto.

CONTENIDO:

I PREPARACIÓN DE LA ENTREVISTA DE NEGOCIACIÓN

- Hacer la diferencia en Vender y Negociar. Interpretar el Organigrama del Cliente y analizar sus procesos de Decisión.
- Diseñar el GRID (Grupo Real de Influencia y Decisión del Cliente). Preparar su plan de Lobbying a partir del GRID.

II EL CONTEXTO DE NEGOCIACIÓN CON UN COMPRADOR:

- Comprender los objetivos y las motivaciones de los compradores: ¿Cómo realiza su elección un comprador?.
- Descubrir y detectar las figuras de negociación del comprador, y entrenarse para esquivarlas.
- Los 6 cursores de poder o equilibrio psicológico de la relación.

III PRÁCTICA DE LAS "5 REGLAS DE ORO" DE LA NEGOCIACIÓN DURANTE LA ENTREVISTA CON EL CLIENTE.

- Abrir una negociación con un alto nivel de exigencia.
- Cómo manejar los pedidos de concesión.
- Cómo obtener Contrapartidas frenando los pedidos de Concesión.
- Cómo llegar a un acuerdo Win-Win. Cómo concluir la entrevista del Cliente.



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Aumenta la efectividad de la ejecución en tienda al trabajar con herramientas específicas por palanca.
- Eleva la conversión y la rotación de productos con estrategias accionables y medibles.
- Permite una planificación táctica más precisa por tipo de canal, cliente o misión de compra.

Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Enseñar a construir y presentar un plan conjunto de negocio (JBP) con clientes clave, alineando objetivos comerciales, indicadores, recursos y responsabilidades de ambas partes.

CONTENIDO:

I **DEFINIR SU PLAN DE VENTA POR CUENTA CLAVE**

- Analizar la venta obtenidos el año anterior y definir un nuevo objetivo de venta.
- Evidenciar potenciales de venta por cliente
- Evidenciar Oportunidad para la Marca para cada cliente
- Formalizar el plan por un objetivo cualitativo y cuantitativo.

II **JOINT BUSINESS PLANNING (JBP)**

- Los principales fundamentos del proceso.
- Identificar las etapas claves de planificación.
- Evaluar las oportunidades de crecimiento para ambas partes.
- Saber donde priorizar entre el shopper, la categoría y la estrategia del cliente.

III **LAS FASES DEL JOINT BUSINESS PLANNING**

- Presentar los principales fundamentos del proceso.
- Planificación estratégica común.
- Ejecución coordinación y análisis.
- Control de logro de objetivo.



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Mejora la relación con socios estratégicos al trabajar con visión compartida y metas comunes.
- Asegura una mejor ejecución de iniciativas al tener un seguimiento estructurado del plan.
- Facilita el alineamiento interno en torno a prioridades definidas con el cliente.

Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Formar a los equipos en la creación de estrategias de Shopper & Trade Marketing efectivas, desde el entendimiento del shopper hasta la activación táctica en el punto de decisión.

CONTENIDO:

I EL SHOPPER Y SU CAMINO A LA COMPRA

- Entender El Path To Purchase
- Saber hacer el Diagnostico del Shopper
- Entender el Shopper Marketing, sus Estudios y Enseñanzas básicas

II OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE CATEGORÍA

- Definir la Estrategia de la Categoría para poder encontrar sus pilares de crecimiento
- El Diagnostico del Buyer para poder accionar la compra

III EJECUCIÓN TRADE MARKETING

- Definir los 11 elementos de su Estrategia de Shopper Marketing incluyendo la tácticas de la Categoría
- Planear, accionar y monitorear la Ejecución y efectuar el Post Análisis



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Aumenta la eficacia de las acciones promocionales y de comunicación en tienda.
- Mejora la conexión entre lo que se planifica en oficina y lo que vive el shopper en tienda.
- Eleva el ROI comercial al actuar sobre motivaciones reales del comprador.

Inversión por Participante:
No Miembros Ilacad: USD \$ Agenda una cita
Miembros Ilacad: 6 Training Points

OBJETIVO:

Capacitar a los participantes en el uso de indicadores clave de desempeño (KPIs) y herramientas analíticas para planificar, ejecutar y corregir iniciativas comerciales con base en datos.

CONTENIDO:

I INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS MACRO

- ¿Qué es el análisis y cuáles son sus fundamentos básicos?
- Las fuentes de información.
- Los KPIs del mercado, canal, categoría para entender el contexto
- Los KPIs de los procesos de Category Management y Shopper Marketing para la construcción estratégica

II ANÁLISIS Y KPIs DE LAS 5Ps:

- El Portafolio ganador para las Marcas y Categorías
- El Placement de la tienda como vector de contacto con el Shopper
- El entendimiento, monitoreo y seteo de Precio
- La incrementalidad de la Promoción
- Los KPIs de Exhibición y de POP

III KPIs DE VENTAS, NEGOCIACIÓN, JBP, PLANEACIÓN Y P&L

- Analizar las Ventas en sus diferentes niveles
- Mejorar la Negociación y el JBP
- Tener claros los KPIs de Planeación de la Demanda
- Asegurar los objetivos de Utilidad y P&L

IV METODOLOGÍA DE ANALISIS Y ENTREGA DE RESULTADOS. SCORECARDING & SELLING STORY. CONCLUSIONES.



BENEFICIOS PARA LA DIRECCIÓN:

- Mejora la calidad de las decisiones comerciales y la priorización de iniciativas.
- Permite reaccionar con agilidad ante cambios del mercado y desempeño de la ejecución.
- Establece una cultura de gestión basada en datos, común entre todas las áreas.



CURSOS EN E-LEARNING

DISPONIBLES PARA TODOS LOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA



OBJETIVOS

IMPLEMENTAR EL CATEGORY MANAGEMENT

- Comprender el Category Management con números.
- Planear y aplicar los 8 pasos.
- Diseñar las 4Ps.



SHOPPER STRATEGY

- Aplicación Shopper Strategy.
- Colaboración eficiente con agencias.
- Generar tu estrategia de 11 Pasos Shopper.



KPI

- Mindset: Analizar todas las variables y métricas.
- Proceso: Detallar los KPIs y etapas clave.
- Uso: KPIs durante el análisis.



INNOVACIÓN

- Comprender y Aplicar Proceso Stage-Gate®.
- Idear Innovaciones con Proceso.
- Volumetrizar el potencial de una Innovación.



NEGOCIACIÓN

- Conocer el proceso de negociación comercial inspirado de Harvard.
- Entender ambos lados de la negociación: Ventas vs Compras.
- Tener herramientas claras para su ejecución.



SELLING STORY

- Entender el proceso de comunicación e impactarlo con el discurso.
- Estructurar una presentación con impacto.
- Traer Insights into Action robustos.



ILACAD RETAIL TRAINING MEMBERSHIP

¡Ideado para el éxito de sus equipos y el crecimiento de su Marca!

COMPETENCIAS POTENCIADAS EN LIVE SESSIONS e eLEARNINGS



1. Estrategia y tácticas

- Certificado Category Management 1
- Certificado Category Management 2
- Implementar Category Management
- Innovación



2. Negociación

- 5 reglas de Oro de la Negociación
- Negociación Harvard
- Joint Business Planning
- Selling Story



3. Implementación

- Shopper & Trade Marketing
- Shopper Strategy
- Retail Analytics & Planning
- KPIs



ACCESO al
PANORAMA RETAIL
para toda la empresa



ACCESO GOLD al
CATMAN Latin Forum
para toda la empresa



ILACAD Training Membership es la posibilidad de ofrecer a sus equipos un programa de formación continua para ganar la batalla de la comercialización. **Otorga el acceso a los programas de e-learning, el acceso a una actualización continua a través del Panorama Retail y de la participación GOLD al CATMAN Latin Forum**, y puntos para ser usados por parte de los efectivos más prometedores de la empresa:

3 PLANES CON VIGENCIA POR PAÍS POR EMPRESA



PLAN STARTER 60 CRÉDITOS

USD \$ Agenda una cita



PLAN GOLD 126 CRÉDITOS

USD \$ Agenda una cita



PLAN PLATINUM 258 CRÉDITOS

USD \$ Agenda una cita

2 PLANES CON VIGENCIA POR EMPRESA PARA VARIOS PAISES / LATAM



PLAN LATAM 5 PAÍSES 750 CRÉDITOS

USD \$ Agenda una cita



PLAN GLOBAL 1500 CRÉDITOS

USD \$ Agenda una cita

Condiciones:

- Suscripción válida para una sola razón social en un solo país para el año civil
- Valor de 1 sesión Live Training adicional a 1 membresía Platinum contratada: USD \$449
- Valor de 1 sesión Live Training fuera de membresía: USD \$890
- Los puntos adquiridos no tienen devolución y deberán ser gastados durante el periodo de la suscripción
- Las personas inscritas en una sesión Live podrá cambiar de fecha una sola vez, deduciéndose sus puntos en la primera sesión de su elección

CONSULTORES SENIORS A CARGO DE IMPARTIR LOS PROGRAMAS



FRÉDÉRIC GAUTIER

Presidente y fundador de ILACAD World Retail, creador de OPENCatman.com y organizador del CATMAN Latin Forum, Frédéric Gautier, consultor Francés, es desde 1993 especialista en Category Management y en el análisis del comportamiento de compra del Shopper. Precursor del Catman en América Latina, formó a más de 5000 personas en esta especialidad.



YOAN MONTOLIO

Yoan Montolio, ex-CEO de Yucca Retail y ahora CEO de Ilacad Retail Trainings, es un consultor franco-mexicano con más de 19 años de experiencia en Category Management, Shopper Marketing y más. Ha acompañado a empresas líderes de América Latina en su evolución estratégica. Hoy, lidera desde Ilacad el programa de formación más completo en Catman, Negociación, Shopper y Análisis Comercial, impulsando la profesionalización de equipos.



HÉCTOR PINTO

Presidente de Miniso Guatemala, Hector Pinto es un hombre clave del Retail Latinoamericano. Durante 11 años integró el grupo La Fragua y CARHCO socios de Wal-Mart Centro América, desempeñando las funciones de Vicepresidente Comercial. Asumió el desarrollo de los formatos SUMA y Supermercado del Barrio en el grupo GTA. Es partner de ILACAD World Retail en donde imparte desde hace 20 años los cursos de negociación.



BENOIT RIPOLL

Francés de padres españoles, consultor internacional experto en Negociación. Ejerció funciones comerciales en L'Oréal, División Grand Public (Jefe de venta, Key Account Manager, Director Marketing Distribución). Luego, tomó la dirección general de varios Hipermercados Carrefour. Como partner de ILACAD, desarrolló desde hace 20 años el curso de negociación, las 5 reglas de Oro.