

# STRATEGIC GO-TO-MARKET PLANNING

ESTRATEGIAS GO-TO-MARKET



WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE  
AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN



MICHIGAN



23 y 24 | JUNIO | 2020  
SANTIAGO - CHILE

VIVE LA EXPERIENCIA DE WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE AT  
THE UNIVERSITY OF MICHIGAN EN CHILE



# SEMINARIUM ES LA EMPRESA N°1 EN ACTUALIZACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO EJECUTIVO EN AMÉRICA LATINA.

Inspiramos grandes ideas de aplicación inmediata, con el objetivo de ayudar a las personas y empresas a alcanzar su máximo potencial a través del conocimiento, de mejores prácticas y experiencias, desarrollando programas innovadores para las nuevas necesidades de las empresas latinoamericanas. Para ello, Seminarium cuenta con los mejores speakers, una red de expertos, líderes, influyentes y visionarios de relevancia internacional y en alianza con las mejores escuelas de negocio del mundo.

Distintos formatos de programas donde encontrarás nuevas ideas y metodologías prácticas para potenciar tus competencias y habilidades.

MÁS DE

35

Años de experiencia en  
actualización ejecutiva a nivel mundial

MÁS DE

300 MIL

Ejecutivos han asistido  
a los programas

LAS TOP

500

Empresas se capacitan con  
nosotros



Interacción directa con  
reconocidos profesores de  
las mejores universidades  
del mundo.



Comparte experiencias  
reales y establece redes de  
contacto de primer nivel.



Cuenta con traducción  
simultánea en inglés y  
español y material académico  
en ambos idiomas.



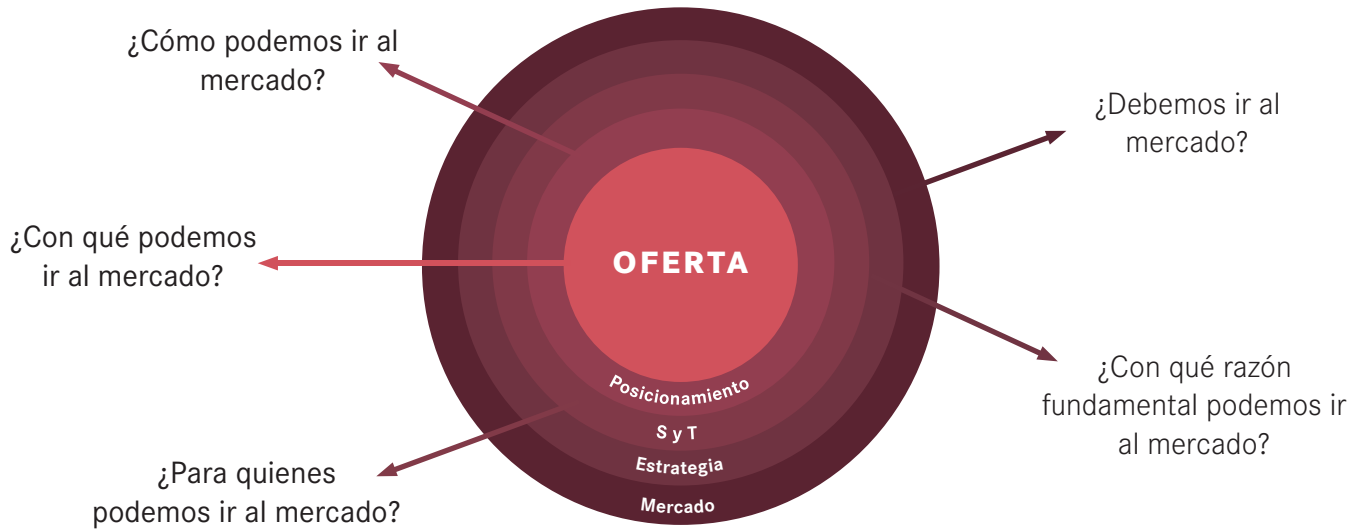
Plataforma digital  
exclusiva para el  
programa.

*Inspiring Your Full Potential*

## STRATEGIC GO-TO-MARKET PLANNING

Una estrategia go-to-market es un plan de acción que define los pasos necesarios para triunfar en un mercado o con un cliente. Puede significar el lanzamiento de nuevos productos y servicios, el relanzamiento de la compañía o marca, o mover un producto actual hacia un nuevo mercado.

El objetivo de este programa es elevar el marketing a un nivel estratégico reubicándolo como el principal centro de ganancias en la organización, introduciendo una metodología paso a paso para la planificación go-to-market y desarrollando un set de herramientas estratégicas para su implementación.



### BENEFICIOS PARA TI Y TU EMPRESA

- Reconocer, crear y comunicar la importancia, alcance y naturaleza del marketing en la organización.
- Definir una metodología de trabajo para la estrategia go-to-market.
- Diseñar un plan estratégico de go-to-market efectivo.

### ¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- Gerentes responsables de las áreas de marketing, servicios, marca, comerciales, negocios, desarrollo, ventas y atención al cliente.
- Product managers, category managers, y brand managers.
- Gerentes de empresas donde el marketing forma parte integral del negocio.



## UNIVERSIDAD

### WILLIAM DAVIDSON INSTITUTE (WDI)

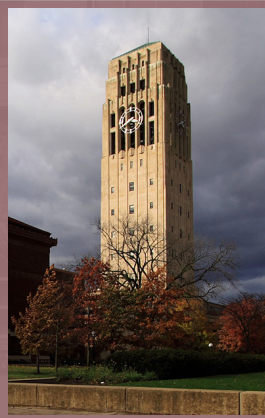
**William Davidson Institute (WDI)** en University of Michigan, desarrolla programas de educación gerencial en todo el mundo, que incluyen programas personalizados y de inscripción abierta para compañías locales y multinacionales. A través de su profundo conocimiento, experiencia y redes, WDI adapta programas de capacitación de vanguardia para satisfacer una variedad de necesidades. Desde 1992, WDI ha capacitado a 17,000 ejecutivos de más de 8,000 organizaciones en innumerables países. La relación de WDI con la University of Michigan le permite aprovechar las últimas ideas tanto en educación como en negocios.

### UNIVERSITY OF MICHIGAN

Con más de 90 años de experiencia en educación ejecutiva, es experta en integrar la vanguardia de los conocimientos con las exigencias competitivas del mercado. De esta manera, une la teoría y la práctica ayudando a transformar las organizaciones.

Considerada una de las facultades líderes en investigación en Estados Unidos, la escuela de negocios de la universidad cuenta con profesores de clase mundial; investigadores y académicos que ponen las ideas en acción y que inspiran a ejecutivos y profesionales con sus conocimientos y experiencia.

Sus profesores, con amplia experiencia internacional, profesional y académica, entregan a los participantes habilidades y metodologías para operar de forma efectiva en una economía de mercado globalizado.



Dentro de las **25 instituciones** más destacadas de EE.UU. en los últimos 5 años, por los siguientes rankings:

- **Ranking Times Higher Education**
- **QS (World University)**
- **World Universities**
- **Center for World University Rankings**



Certificado de participación emitido por WDI - University of Michigan.



## PROFESOR



### JOHN BRANCH

Ph.D. Marketing, University of Cambridge - Ed.D. University of Michigan

Profesor en Ross School of Business at The University of Michigan donde dicta los cursos de estrategia, marketing y negocios internacionales para alumnos de MBA y niveles ejecutivos. Además es Co-director de Yaffe Digital Media Initiative – un programa que ha llevado al desarrollo de nuevos modelos en publicidad y marketing.

Ha dictado cursos en más de 40 escuelas de negocio en el mundo tales como, Rotterdam School of Management, Queen Elizabeth House of the University of Oxford y Kellogg Graduate School of Management of Northwestern University.

Dr. Branch ha participado en diversos proyectos de desarrollo para la Unión Europea y ha realizado programas de capacitación en gestión y consultoría para empresas internacionales tales como Anheuser-Busch, British Telecom, Cargill, Mercedes Benz, Oracle, Coca-Cola, Michelin, Ericsson y Nestlé. Además, es miembro del Chartered Institute of Marketing en Maidenhead y ha sido nombrado miembro horario de Global Marketing Network en Cambridge, Inglaterra.

### PREMIOS

Ha sido premiado consecutivamente por sus alumnos como mejor profesor de la facultad de Negocios.

## 2019

MBA Teaching Award Ross School of Business

## 2018

MM Teaching Award Ross School of Business

## 2017

MM Teaching Award Ross School of Business

## 2016

Executive Education Teaching Award Ross School of Business





8:30 A 9:00

**REGISTRO****SESIÓN 1**

9:00 A 11:00

**FUNDAMENTOS DEL MARKETING**

- Una nueva definición del marketing.
- El área de marketing como centro de ganancias.
- Estructura organizacional del marketing.
- El rol del consumidor.
- Un modelo de mercado.
- Redefinición de las 4P.

11:00 A 11:30

**COFFEE & NETWORKING BREAK****SESIÓN 2**

11:30 A 13:00

**FUNDAMENTOS DEL MARKETING ESTRATÉGICO**

- El modelo RAPIC.
- Riesgo.
- El rol de la investigación de mercado.
- Modelo estratégico de planificación go-to-market.

13:00 A 14:10

**NETWORKING LUNCH****SESIÓN 3**

14:10 A 15:40

**ATRACTIVO DE MERCADO**

- Las dimensiones del atractivo de mercado.
- Tamaño de mercado.
- Alcance de mercado.
- Ejercicio: Afrikan Tahti.

15:40 A 16:00

**COFFEE & NETWORKING BREAK****SESIÓN 4**

16:00 A 17:30

**ADAPTACIÓN DE MERCADO**

- Definición de *Market fit*.
- Ejercicio: Industrias Sussex.
- Recursos de producción.
- Competencia central.
- Modelo de *Market fit*.



8:30 A 9:00

**REGISTRO****SESIÓN 1**

9:00 A 11:00

**ESTRATEGIA GO-TO-MARKET**

- Ejercicio: Filarmónica de Hong Kong.
- Modelo: Los cuadrantes estratégicos.
- Definiendo competidores.
- Definiendo clientes.
- Modelo: Las 4 B.

11:00 A 11:30

**COFFEE & NETWORKING BREAK****SESIÓN 2**

11:30 A 13:00

**SEGMENTACIÓN Y TARGETING**

- La importancia de segmentar.
- Ejercicio: Hospital Samitivej.
- Proceso de segmentación paso a paso.
- Proceso de *targeting* paso a paso.
- El modelo SPECS.

13:00 A 14:10

**NETWORKING LUNCH****SESIÓN 3**

14:10 A 15:40

**POSICIONAMIENTO**

- Proceso de posicionamiento.
- Modelo de posicionamiento.
- El modelo de las 6 cajas.
- Ejercicios: Gillette y American Mortgage.

15:40 A 16:00

**COFFEE & NETWORKING BREAK****SESIÓN 4**

16:00 A 17:30

**OPERACIONALIZAR EL PLAN GO-TO-MARKET**

- Uniendo las piezas.
- Ejercicio: Quidel.
- Reflexiones y conclusión.



# STRATEGIC GO-TO-MARKET PLANNING

HOTEL CUMBRES VITACURA  
AV. PDTE. KENNEDY LATERAL 4422, VITACURA

23 y 24 | JUNIO | CHILE



## CUPOS LIMITADOS

### VALOR INDIVIDUAL



48 UF

### GRUPO CORPORATIVO

3 a 5 ejecutivos



43.2 UF\*

### MESA CORPORATIVA

6 o más ejecutivos



CONSULTA POR VALORES  
PREFERENCIALES

\*Valor por persona para pase de tres a cinco ejecutivos.

## CONVIERTE TU EQUIPO DE TRABAJO EN UN HIGH PERFORMANCE TEAM

Optimiza el rendimiento de tus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa. Esta dinámica fomenta un mejor trabajo en equipo, potencia los talentos, la motivación y relaciones interpersonales que se traducen en ventajas frente a la competencia.

