

# 23 Y 24 DE JUNIO, 2020 I SANTIAGO, CHILE

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.

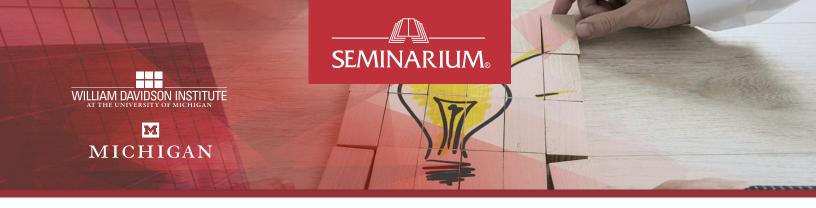
El objetivo de este programa es elevar al marketing a un nivel estratégico reubicándolo como el principal centro de ganancias en la organización, presentando una metodología paso a paso para la planificación *go-to-market* y desarrollando un set de herramientas estratégicas para su implementación.

### **BENEFICIOS CLAVE**

- 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 forme parte integral del negocio.





#### Profesor

## JOHN BRANCH Ph.D., University of Cambridge

John Branch es profesor en Ross School of Business at The University of Michigan donde dicta cursos de estrategia, marketing y negocios internacionales para alumnos de MBA y niveles ejecutivos.

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 entrenamiento para organizaciones internacionales tales como British American Tobacco, Anheuser-Busch, British Telecom, Cargill, Coca-Cola, Michelin y Nestlé, entre otras.

MBA Teaching Award, Ross School of Business (2019) - MM Teaching Award, Ross School of Business (2017) - Executive Education Teaching Award, Ross School of Business (2015)

#### Contenidos

- Una nueva definición del marketing.
- Atractivo del mercado.
- Procesos para dimensionar el mercado y su alcance.
- Recursos de producción, competencias centrales y activos estratégicos.
- Evaluación del ajuste de mercado.
- Clientes y categorías.
- Método de evaluación y selección de estrategia go-to-market.
- Procesos de segmentación, focalización y posicionamiento.
- Métodos para articular el posicionamiento.