

Ciclo de jornadas para pymes del sector agroalimentario

¡Aprende a diferenciarte!

- ¿Cómo puedo destacar de mi competencia?
- ¿Qué valora mi cliente o consumidor?
- ¿Qué elemento diferenciador puedo ofrecerle?
- ¿Cómo comunicárselo eficazmente en el entorno físico y digital?
- ¿Cómo integrar este nuevo enfoque competitivo en mi estrategia de negocio?
- ¿Qué consigo a cambio?



Innovación centrada en el cliente

En un mercado cada vez más global y competitivo, donde diferenciarse resulta cada día más complejo y en el que además la **transformación digital** se vuelve un pilar fundamental de la estrategia para aprovechar oportunidades y asegurar el futuro del negocio, pasar del enfoque producto al enfoque cliente es imprescindible para potenciar el **capital creativo** de la empresa y elevarla otro nivel competitivo.

El **pensamiento centrado en el cliente** (*design thinking*) nos empuja a hacernos preguntas que nos ayudan a entender a nuestro cliente y a saber qué tiene valor para él. Esto nos permite plantear soluciones y propuestas poco convencionales o innovadoras que la empresa puede capitalizar para diferenciarse y conectar mejor con el consumidor.

Las herramientas de **Big Data** suman en este proceso ayudándonos a obtener nueva información sobre el mercado y los consumidores, facilitando así la toma de decisiones estratégicas.

Objetivos

Aportar al participante un **nuevo enfoque competitivo centrado en la creación de valor para el cliente**. Poner a los clientes en el centro y saber cómo aportarles valor, ayuda a la empresa a **diferenciarse de la competencia a través de la innovación y la marca**, evitando así tener que competir en precio.

Presentar un **conjunto de conocimientos** y un **itinerario secuencial de trabajo** que permita a la empresa dotarse de metodologías, herramientas y conocimientos prácticos de aplicación inmediata a su negocio.

PROGRAMA

Fechas: 30 de mayo, 6 de junio y 15 de junio de 2018

Formato: presencial

Horario: de 9.30h a 17.00h

Lugar: Cámara de Comercio de Ciudad Real

Inscripción: gratuita previa solicitud.

www.camaracr.org

DIRIGIDO A

Empresas participantes en el Programa Impulsa Agro (<http://impulsaagro.com/>) y otras pymes del sector agroalimentario.

Directores de Marketing, Directores Comerciales, Directores de Producción, Directores de Innovación, Gerentes, Responsables de Exportación y otros profesionales en las áreas de desarrollo de negocio, marketing y marca.

METODOLOGÍA

Se estudiarán conceptos, técnicas y metodologías para abordar proyectos de innovación y marca desde un enfoque centrado en el cliente, explotando las sinergias existentes dentro del entorno físico y digital para diferenciar la empresa y sus productos de sus competidores.

Se realizarán ejercicios prácticos tipo taller en los que las empresas podrán trabajar sus propios casos, y que tienen como objetivo que los asistentes descubran y se familiaricen con herramientas útiles que puedan aplicar en su día a día.

Todos ellos están relacionados con la investigación de mercados, la segmentación de clientes y la creación y desarrollo de la marca, utilizando herramientas como *Big Data* y *Design Thinking*.

Programa

30 mayo

DESCUBRIR EL CONTEXTO

- Del *product focus* al *consumer focus*. Cambiar el enfoque para mejorar la competitividad.
- **Tendencias de comportamiento** que impactan en el consumo en mercados maduros.
- **Pensamiento estratégico (*Design Thinking*)**:
 - Mapa del contexto competitivo.
 - Mapa de las partes interesadas (*Stakeholders Map*).
- **Herramienta del triple círculo** para identificar nuestra área de diferenciación.
- **Herramientas de *Big Data*** (Inteligencia de Datos a gran escala) para obtener información relevante acerca del sector y competidores.

6 junio

PONER AL CLIENTE EN EL CENTRO

- **Empatizar** para crear valor: el poder del *Insight* para diferenciarse.
- ***Design Thinking***:
 - ¿Cómo conocer mejor a nuestro público? Identificar percepciones, su ideal y creencias barrera.
 - Segmentación de clientes por actitudes y afinidades.
 - Segmentación por estados de necesidad (*need states*).
 - Definir el público objetivo: *early adopters* y públicos secundarios.
 - Crear el perfil persona.
 - Identificar los “Pains & Gains” del cliente (problemas y beneficios)
 - Definir beneficios y propuesta diferencial
- **Recursos digitales** para obtener información relevante acerca del cliente.

15 junio

DIFERENCIARSE

- Crear una **marca** relevante y aplicarla en el entorno físico y digital.
- ***Storytelling***. Aspectos clave y técnicas para la creación de “ejes relato”.
- Identificar los puntos de contacto en entornos físicos y digitales y desarrollar una **visión omnicanal**.
- **Marketing Digital**. Puntos clave para definir un plan de marketing digital centrado en el cliente.

Profesorado

Mónica Carbonell



Experta en Innovación y Estrategia de marca

Fundadora y Directora de Sodabites (www.sodabites.com)

Licenciada en Publicidad por la Universidad Ramón LLull.
100% Creativity ESADE y UX Design (Kaos Pilot, Dinamarca)

Cuenta con un recorrido de más de 15 años trabajando en procesos de innovación y desarrollo estratégico para multinacionales como Coca Cola, Danone, Mahou San Miguel o Grupo Planeta y SME's y Start Ups de sectores tan diversos como alimentación, educación, moda, turismo y tecnología.

Coordinadora del Máster de Estrategia y Gestión Creativa de la marca de la UPF (Barcelona) y profesora invitada en programas de emprendeduría de EAE y Universidad Blanquerna. Realiza talleres de Co-creación para clústers y asociaciones como FIAB, ICEX, MODACC y BCD.



Carles Revilla

Experto en estrategia y marketing digital

Licenciado en negocios y marketing internacional por ESCI-UPF y diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

Ha sido responsable de la gestión de iniciativas públicas de desarrollo empresarial en materia de mkt digital en la Agencia para la Competitividad de la Generalitat de Catalunya ACCIÓ. Ha participado en programas europeos de cooperación económica interregional en países de Europa, África y Oriente Medio.

Docente en universidades como EAE Business School, Global Business School, EADA Business School o Tecnocampus Mataró.

Quiero asistir

Si estás interesado en asistir, rellena la Solicitud de Inscripción que encontrarás en este enlace:

[SOLICITUD](#)

La **confirmación de asistencia** se efectuará con la recepción de la solicitud debidamente cumplimentada antes del día 29 de mayo de 2018 a la dirección de correo formación@camaracr.org

Plazas limitadas. La admisión de las solicitudes de participación de segundas y sucesivas personas de una misma empresa quedará condicionada a la existencia de plazas libres. Admisión por riguroso orden de inscripción.

Material requerido. Los participantes deberán aportar su propio ordenador portátil a las jornadas.

