

Curso de Extensión 2013

"INTELIGENCIA COMERCIAL – TECNICAS NO TRADICIONALES DE INVESTIGACION DE MERCADO"

A) Motivos para hacer este curso:

Las organizaciones exitosas, constantemente buscan conocer y comprender que sucede en su mercado. Procuran generar sistemas de información que indiquen cuáles son los gustos y preferencias de clientes actuales y potenciales, y obtener retroalimentación sobre cómo están funcionando sus distintas estrategias comerciales.

Por este motivo, históricamente las empresas utilizaron distintos tipos de instrumentos para investigar que sucede a su alrededor, y en este sentido últimamente encontraron dos herramientas en particular, que por sus características han ganado un lugar de privilegio en la elección de las compañías más exitosas.

La primera herramienta se conoce con el nombre de **mystery shopper**, técnica que transforma una vivencia concreta de servicio en un relevamiento de datos. El investigador, adecuadamente entrenado, toma contacto con la empresa de incógnito y a partir de su experiencia informa sobre la performance del servicio.

La segunda herramienta, es el **focus group**, técnica basada en entrevistas colectivas en profundidad, potenciada con diferentes tipos de estímulo, que permiten indagar sobre aspectos que una encuesta tradicional no podría por su estructuración. Esta mecánica es muy útil cuando se quiere profundizar en los motivos que llevan a un consumidor a actuar de una forma determinada, como también es muy buena a la hora de generar nuevas ideas de mercado.

Nuestra propuesta de capacitación es trabajar con estas dos herramientas, utilizando una metodología tal, que le permita al asistente del curso, usar las mismas y ver así de forma concreta la potencialidad de estas técnicas.

B) Contenidos:

1. ¿Por qué hacer **Inteligencia Comercial**? Beneficios.
2. **Focus Group**. Ventajas y desventajas de esta metodología. Características de la dinámica. Presentación de la técnica. Ejemplos exitosos. Práctica de Focus Group con Rol playing.
3. **Mystery Shopper**. Ventajas y desventajas de esta herramienta. Características principales. Distintos tipos de metodologías (con y sin filmaciones). Ejemplos exitosos. Práctica de Mystery Shopper.

C) Docentes a Cargo:

Lic. Liliana Fagre.
Mg. Victor Martinez

D) Metodología de Trabajo:

Se combinará el marco conceptual con prácticas.
El componente práctico será más importante, dado que se considera en este curso como valor agregado el uso concreto de las dos herramientas propuestas.

E) Cronograma:

Miércoles 11 de Setiembre.
Lunes 16 de Setiembre
Miércoles 18 de Setiembre
Lunes 23 de Setiembre

Horarios de clases: 18:30 a 21:30 hs. Carga horaria total: 12 horas.

F) Costo del Curso:

El costo del Curso es de \$500. **En el caso de abonar hasta el 6 de Setiembre se otorgará un descuento del 20 %**

Incluye material, refrigerio y certificado de asistencia.