



Full Digital

El product manager - online en directo

El jefe de producto en la práctica: herramientas para dominar la función

 Online

Duración : 14 horas

Ref. : 67

Precio 1er inscrito : 1.100,00 € IVA exento

2º inscrito y sucesivos 990,00 € IVA exento

Precio In-Company : 6.115,00 € IVA exento

100% virtual en directo con el formador

Con la creciente complejidad de los mercados y la evolución de los consumidores, la formación del jefe de producto es cada día más relevante para el éxito de la empresa.

Objetivos de la formación

- Adquirir los principios y métodos de jefe de producto.
- Analizar el entorno interno y externo.
- Realizar un diagnóstico y establecer la relación con la estrategia de marketing.
- Gestionar y desarrollar su cartera de productos o de marcas.
- Comprender las posibilidades de la comunicación off y online.
- Promocionar su oferta internamente a la fuerza de ventas.
- Practicar con casos B2B y B2C en diversos sectores para apropiarse de los métodos y herramientas.

Dirigido a:

- Jefes de producto, o responsables de decidir y trabajar en el ámbito de un producto, tanto en sus dimensiones tácticas, como estratégicas.
- En definitiva, está dirigido a todos aquellos que busquen adquirir o perfeccionar métodos y habilidades necesarias para afrontar las tareas de un jefe de producto

Contenido

1. Definición y evolución del jefe de producto

- Funciones y tareas de un jefe de producto.
- Jefe de producto, jefe de mercado: diferencias y similitudes.
- El trabajo del jefe de producto B2C y B2B: particularidades.
- El proceso de marketing: las etapas clave.

2. Analizar el entorno externo y competitivo

- El análisis del entorno externo: los pasos clave.
- Análisis de los factores de influencia: la herramienta P.E.S.T.E.L.
- La comprensión del entorno competitivo: la matriz de PORTER.
- El comportamiento y la decisión de compra: B2C vs. B2B.

- Utilizar la web como fuente de información.
- Los estudios de mercado: metodologías y protocolos de estudio.

3. Del análisis de datos al diagnóstico del marketing

- Claves y componentes del análisis interno.
- El uso de fuentes internas: base de datos y CRM.
- Poner en perspectiva el análisis externo y el análisis interno.
- Análisis y diagnóstico con la matriz DAFO.
- Claves para el éxito del análisis DAFO.

4. Recomendar la estrategia de marketing de producto

- Del diagnóstico DAFO a los ejes estratégicos.
- Estrategia de marketing: 3 pasos esenciales y 5 reglas a respetar.
- Segmentación del mercado: Criterios B2C y B2B.
- El árbol de la segmentación de marketing: de lo estratégico a lo operativo.
- Definir el público objetivo.
- Las cinco reglas del posicionamiento eficaz.

5. Gestionar y desarrollar su cartera de productos

- El ciclo de vida del producto y de los mercados: gestionar el producto en cada fase.
- Diferenciar su estrategia de marketing en cada fase del ciclo de vida.
- Equilibrar su cartera de productos: la matriz BCG y matriz de rentabilidad y cifra de ventas.
- Optimizar su cartera de productos: criterios clave.
- Crecimiento de negocio vs. Rentabilidad.

6. Creación de valor al cliente con el marketing mix

- Los componentes del valor percibido.
- Los componentes del marketing mix: Las 4Ps.
- Las nociones de producto global, servicios y soluciones.
- El impacto de la Web en el diseño y desarrollo de la oferta.
- Factores determinantes del precio.
- La distribución del producto: canales múltiples y comercio electrónico.
- La publicidad de productos y apoyo promocional: niveles de comunicación.
- Definir la estrategia de comunicación de sus productos.
- El soporte de ventas: argumentario de venta y descripción del producto.

7. Del plan de marketing estratégico al plan de marketing operativo

- Definir los objetivos cuantitativos y cualitativos (SMART).
- El árbol de objetivos: traducir los objetivos de marketing en objetivos de venta.
- La medida de la rentabilidad y el impacto de las acciones: cuadro de mando e indicadores.
- El plan de marketing operativo: modelos y principios clave.
- Caja de herramientas del jefe de producto.

Beneficios adicionales

- Disponer de una imagen completa de su función como jefe de producto y de su contribución a la empresa.
- Los intercambios entre los participantes y el desarrollo de caso práctico de síntesis.
- Una caja de herramientas para el jefe de producto.
- Cada participante construye su plan de acción personal durante la formación.

Espacio de aprendizaje 365:

LearningHub

@Cegos

Hub de contenidos y actividades para aprender y trabajar a tu ritmo.

Fechas 2021 - Référence

De 06 oct A 08 oct

De 22 nov A 24 nov