

Seminario

MARKETING AVANZADO

Cómo buscar oportunidades de negocios que generen valor y contribuyan al éxito de una organización



nestor@braidot.com
www.nestorbraidot.com

La gestión moderna de marketing necesita nuevas herramientas para la obtención de resultados satisfactorios. Hoy, más que nunca, es necesario descubrir nuevas estrategias para responder a las exigencias de los clientes en un contexto caracterizado por cambios permanentes, tanto en la demanda de productos y servicios como en las modalidades de compra.

Ello exige mejorar las metodologías de fijación de precios, rediseñar canales de comercialización acordes con estas expectativas, innovar en materia de productos e investigar cuáles son las estrategias de comunicación que garanticen un mayor nivel de recordación y la respuesta esperada.

Beneficios para los participantes:

- Podrán enriquecer sus conocimientos y sus ideas mediante un debate en equipo, moderados por el Dr. Braidot, sobre las características contextuales que caracterizan a la gestión de marketing en la actualidad.
- Incorporarán una nueva perspectiva para comprender la dinámica de los cambios y las nuevas realidades, tanto del mercado como del comportamiento cambiante de los clientes.
- Se interiorizarán sobre las posibilidades de aplicación en sus empresas de las nuevas herramientas surgidas con el desarrollo del neuromarketing.

Metodología:

- La exposición será complementada con técnicas visuales, auditivas y kinestésicas.
- El encuentro será teórico-práctico, con explicaciones de las nuevas metodologías y prácticas para el desarrollo de estrategias de marketing.
- Se dará lugar al planteo y debate sobre situaciones sugeridas por los participantes, especialmente las relacionadas con la organización de la que forman parte.

Temario

Módulo 1

- Nuevos negocios, nuevos conceptos, nuevas realidades.
- La crisis económica mundial y sus consecuencias en las decisiones de marketing.
- El ocaso de los modelos tradicionales ante la irrupción de los nuevos paradigmas.

Módulo 2

- De la inteligencia racional a la inteligencia en marketing.
- Redefinición de la actividad de marketing a la luz de las nuevas tendencias y descubrimientos.
- Herramientas básicas para contextos cambiantes.

Módulo 3

- Redefinición del concepto de valor.
- Marketing mix: estrategia de producto-servicio, marca, precios, comunicaciones y canales.
- Marketing sensorial: diseños eficientes. Conceptos y casos.

Módulo 4

- Del marketing al neuromarketing.
- Neurociencias y medicina básica: aplicaciones al estudio de la conducta de compra y al diseño de estrategias de marketing.
- Neuroinvestigaciones: concepto, alcance y aplicaciones.

Sobre el expositor

Conferencista, catedrático, empresario, consultor y escritor, Néstor Braidot es pionero en la aplicación de las neurociencias a la actividad organizacional, el liderazgo, la educación y el aprendizaje.

Luego de más de veinte años de actuación como directivo en distintas organizaciones, creó y dirige el Grupo Braidot, un equipo consultor interdisciplinario con sedes en Europa e Hispanoamérica, y el Brain Decision Braidot Centre, un instituto de investigaciones de gran prestigio internacional en el desarrollo y aplicación de las neurociencias a diferentes actividades.

Actualmente, se desempeña en Europa como catedrático en la Universidad de Salamanca (España), investigador y profesor invitado en varias universidades, entre ellas, Uppsala University Business School (Suecia), y conferencista en temas de su especialidad en varios países.

También ha sido distinguido como profesor consulto y visitante por otras universidades: Wirtschaftsuniversität Wien (Universidad de Economía de Viena (Austria), Centre de Développement du Management, Lyon Graduate School of Business, Lyon (Francia), Universidad de León, Universidad de Oviedo, Universidad de Santiago de Compostela Universidad Autónoma de Madrid, Katholieke Universiteit of Leuven y Université Catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve (Bélgica), Università Bocconi (Italia), y Université de Geneve (Suiza).

En Argentina, dirige su grupo consultor, aplicando en la economía y la empresa los conocimientos de las neurociencias con un enfoque interdisciplinario que potencia no solo la comprensión de los problemas, sino también el abordaje de sus soluciones. Simultáneamente, colabora y desarrolla trabajos e investigaciones con institutos de avanzada en neurociencias, entre ellos, la Universidad Favaloro, CEMIC y Fleni, y dirige el CINAP (Centro de investigaciones en neurociencias aplicadas y prospectiva) de la Universidad Nacional de la Plata.

Como escritor, y desde que publicó su primera obra, Marketing Total -que agotó siete ediciones en menos de tres años-, se convirtió en un autor de consulta obligada para profesionales, docentes y alumnos. Sus libros Los que Venden, Comunicación Relacional, Nuevo Marketing Total, Pymes Latinoamericanas y Crisis Marketing han formado a varias generaciones de empresarios y ejecutivos, y a partir de 2005, con la publicación de dos de sus grandes obras: Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios y Venta Inteligente, provocó un cambio de paradigma, caracterizado por la incorporación de las neurociencias al mundo de las organizaciones.

En 2009, año de lanzamiento de sus obras Neuromanagement (en Argentina) y Neuromarketing (en Europa) es convocado por empresas, instituciones y centros académicos de prestigio internacional para explicar cómo estos avances están cambiando la conducción y gestión de organizaciones.

Esta trayectoria, caracterizada por un espíritu investigador, atento a las innovaciones y a la generación de nuevos conocimientos, tiene como base una sólida formación académica: Néstor Braidot es Doctor en Ciencias de la Administración, Máster en Economía, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público, Licenciado en Cooperativismo, Máster en Programación Neurolingüística y Trainer en Diseño Conductual. Actualmente, se encuentra profundizando sus investigaciones en los campos de la neurobiología y la neurociencia cognitiva en la Universidad Autónoma de Barcelona, España.