

GO TO MARKET

CURSO

TUTOR/A:
ANA FERNÁNDEZ

¡BIENVENIDOS!

Este curso proporciona las respuestas a preguntas básicas sobre estrategia corporativa de tu empresa, profundizando en estrategias de precios y cómo poner la estrategia en marcha. Está estructurado en varios módulos, cada uno toma alrededor de 3 horas para cursar y cuenta con 4 o 5 objetivos de aprendizaje. Un corto quiz al final de cada módulo le permitirá verificar si ha alcanzado estos objetivos de aprendizaje.

Una vez haya completado todos los módulos con un puntaje superior a 80% en las evaluaciones, recibirá un certificado. Todos los módulos están disponibles en PDF para poder estudiar sin necesidad de estar conectado a Internet.

CONTENIDO

MÓDULO 1: se enfoca en dar unos principios básicos de estrategia e iniciamos con los primeros temas para poner en marcha el go to market de tu empresa, cliente y producto.

La sección 1 presenta brevemente algunos conceptos de estrategia que nos permitirán entender con mayor profundidad las secciones siguientes y módulos por venir. La sección 2 ofrece una visión general de los conceptos clave para determinar cuál es el segmento o nicho interesante donde nuestro producto o servicio satisface las necesidades. La sección 3 examina el producto visto en sus 360 grados y permite ajustar aquellas falencias que aún presenta.

Objetivos de aprendizaje: Tras completar el Módulo 1, los estudiantes podrán: •

Explicar los conceptos básicos de estrategia, cliente y producto.

- Identificar los jobs to be done de sus productos o servicios, y cómo éstos resuelven sus necesidades.
- Explicar las escogencias estratégicas realizadas con el fin de crecer en sus empresas.
- Analizar diferentes escenarios y sus implicaciones para tomar decisiones radicales para el beneficio de su empresa.

Secciones

- Introducción a la estrategia
- Cliente potencial: sus necesidades, nuestra oportunidad
- Producto 360: entendiendo sus jobs, diseñando soluciones

Quiz Las preguntas del quiz serán elegidas aleatoriamente del banco de evaluaciones.

MÓDULO 2: se enfoca en diseñar estrategias de precios potentes de acuerdo con el segmento objetivo identificado en el módulo 1. Identificar los grupos de clientes, nos permitirá conocer qué valoran y así, determinar cuánto están dispuestos a pagar, cuidado, no necesariamente está relacionado con el costo.

En la sección 1 aprenderás los conceptos básicos de las estrategias de precios, identificarás qué es valor y cuáles son las palancas que activan las ventas. La sección 2 está dirigida a construir la estrategia que más se adecúe a tu segmento, construyendo las opciones que te permitirán aumentar las ventas. La sección 3 tiene como objetivo construir anclas y darte ejemplos de cómo empresas grandes y pequeñas han potenciado su crecimiento desde el concepto de valor, no de costo.

Objetivos de aprendizaje: Tras completar el módulo 2, los estudiantes podrán:

- Entender los conceptos de costo, precio y valor.
- Identificar la estrategias de precios adecuadas para nuestros productos o servicios.
- Construcción de la estrategia que vamos a usar de acuerdo con nuestro segmento.

Secciones

- Conceptos básicos, lo que cualquiera debería saber de precios.
- Crea la estrategia que maximice tu rentabilidad.
- Manos a la obra, pierde el miedo y aumenta tus ventas

Quiz Las preguntas del quiz serán elegidas aleatoriamente del banco de evaluaciones.

MÓDULO 3: se basa en conocer los canales por los cuales se va a vender nuestro producto o servicio, esto va de acuerdo con los jobs identificados y por supuesto, con los clientes identificados. También, hablaremos sobre la comunicación como el eje fundamental para darnos a conocer, entender el tipo de lenguaje, la frecuencia, el tono, entre otros, será clave para llegar adecuadamente a nuestro segmento.

La sección 1 entenderemos cuáles son los canales actuales de nuestros clientes y llegaremos a identificar y seleccionar aquellos que nos generarán mayor conversión. La sección 2 presenta los tipos de comunicación y por qué es tan importante elegir una estrategia potente para llegar a aquellos valorados leads. La sección 3 muestra un breve resumen de los cinco temas vistos anteriormente con ejemplos, esto nos ayudará a construir una estrategia potente en 5 aristas.

Objetivos de aprendizaje: Tras completar el Módulo 3, los estudiantes podrán:

- Identificar los canales actuales y los deseados para llegar al segmento identificado.
- Conocer las variables logísticas y de operación que pueden afectar el comportamiento de los canales.
- Identificar y definir la comunicación adecuada de acuerdo con el cliente, producto y precio.
- Definir el tono y hacer la estrategia de comunicaciones pertinente para generar ventas.

Secciones

- Dónde vender mi producto o servicio
- La comunicación como palanca de atracción
- Resumen del go to market de tu marca

Quiz Las preguntas del quiz serán elegidas aleatoriamente del banco de evaluaciones

MÓDULO 4: se enfocará en poner en perspectiva todo lo aprendido en los módulos anteriores, es decir, aprenderemos qué son los horizontes de crecimiento y métricas básicas podemos poner en práctica fácilmente para hacer seguimiento de nuestro progreso.

Objetivos de aprendizaje:

Tras completar el Módulo 4, los estudiantes podrán:

- Establecer y diseñar las métricas adecuadas para nuestra empresa.

- Hacer un plan de corto, mediano y largo plazo de implementación para el crecimiento de ventas.

Secciones

- Horizontes de crecimiento: hitos de cumplimiento.
- Métricas para potenciar las ventas.

Quiz Las preguntas del quiz serán elegidas aleatoriamente del banco de evaluaciones.

Todo el contenido de **este documento** es "propiedad intelectual" de sus autores, y por ello está protegido por las leyes que regulan los derechos de autor y de la propiedad intelectual.

Cualquier tipo de reproducción total o parcial de su contenido está totalmente prohibida, a menos que se solicite una autorización expresa, y por escrito a correo del autor.

ACADEMIA

**MODA
SOSTENIBLE**