

TRADE MARKETING AVANÇADO

APRENDA COM QUEM FAZ



PROGRAMA TRADE MARKETING AVANÇADO



TRADE MARKETING AVANÇADO

Discutiremos desde conceitos básicos até implementação, planejamento e gestão operacional, para que saia do curso com todas as informações necessárias para atuar como um profissional de Trade, sabendo enfrentar os desafios e aproveitar as diversas oportunidades que a área apresenta. Algumas aulas também contarão com cases práticos e comentários adicionais feitos por outros professores, para enriquecermos ainda mais a discussão.



AULA DE ABERTURA

Disponível
14/05

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Aula 1 - Roteiro de Estudo: Compreendendo o curso e como organizar seu estudo

Simone Terra



1ª TRILHA - CONCEITOS BÁSICOS DE TRADE MARKETING

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo A - O mercado direcionado ao sell out

Aula 1 - Conceitos, história e missão do Trade Marketing

Simone Terra

Aula 2 - Mudança cultural na indústria: Trade, Comercial, Marketing e RH direcionados ao sell out

Simone Terra



1ª TRILHA - CONCEITOS BÁSICOS DE TRADE MARKETING

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo B - Alinhamento do conteúdo

Aula 1 - Natureza e processo de compra: Compras planejadas, marcas decididas, missão, ocasião, reposição e abastecimento

Simone Terra

Aula 2 - Merchandising Estratégico

Simone Terra

Aula 3 - Gestão por Categoria

Simone Terra

Eduardo Castro,
Fernanda Moscarelli

Aula BÔNUS - Visual Merchandising

Manan Terra



Módulo C - Diagnóstico para direcionamento da área de Trade Marketing

Aula 1 - Posicionamento estratégico da empresa e a expectativa para área de Trade

Simone Terra

Cecília Mattoso

Aula 2 - Conhecendo o Mix e portfólio de produtos da empresa, universo das categorias e segmentos de produtos

Eduardo Castro

Aula 3 - Canais e modelos de atendimento ao mercado

Simone Terra

César Salvadori



Módulo C - Diagnóstico para direcionamento da área de Trade Marketing

Aula 4 - Percurso de Compra e Comportamento do Shopper

Simone Terra

Cecília Mattoso,
César Salvadori

Aula 5.1 - Análise e dados para suportar o planejamento estratégico do Trade: performance, share, pesquisas, ferramentas, painéis etc

Michelle Tsufa

Aula 5.2 - Análise e dados para suportar o planejamento estratégico do Trade: preço, custo de servir, etc

César Salvadori



Módulo D - Imersão em campo e a realidade concorrencial

Aula 1 - Realidade da exposição (planograma, e GC das categorias, marcas e produtos)

Simone Terra

Aula 2 - Posicionamento e arquitetura de preço nos canais e segmentos de atuação

Michelle Tsufa

César Salvadori,
Simone Terra

Aula 3 - Ações praticadas na cadeia de vendas: merchandising, promoção e incentivo

Simone Terra

Cecília Mattoso

Aula 4 - Atuação dos influenciados de venda: stakeholders, balconistas, vendedores

Simone Terra

Cecília Mattoso



2ª TRILHA - IMPLEMENTAÇÃO DA ÁREA DE TRADE MARKETING

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo E - Análise conclusiva e mapeamento das oportunidades

Aula 1 - Desafios por canal, categorias, por ativação, share, equipes, estrutura da área etc

Michelle Tsufa

Simone Terra

Módulo F - Estrutura e organograma do departamento de Trade Marketing

Aula 1 - Funções e job description do departamento de Trade Marketing: Trade Canal, Trade Categoria, etc PARTE 1

Fernanda Moscarelli

Cecília Mattoso

Aula 2 - Funções e job description do departamento de Trade Marketing: Trade Canal, Trade Categoria, etc PARTE 2

Fernanda Moscarelli

Cecília Mattoso

Aula 3 - Na prática, a adequação da estrutura ideal vs Realidade financeira de cada empresa - Desafios e oportunidades

Fernanda Moscarelli

Cecília Mattoso,
Simone Terra



2ª TRILHA - IMPLEMENTAÇÃO DA ÁREA DE TRADE MARKETING

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



WEBINÁRIO AO VIVO - IMPLEMENTAÇÃO DA ÁREA
DE TRADE MARKETING

Fernanda Moscarelli, Simone Terra



TRADE MARKETING
AVANÇADO

Módulo G - Estruturando um planejamento amplo e direcionado

Aula 1 - Planejamento de Trade por Categoria

Cecília Mattoso

Aula 2 - Planejamento de Trade por Canal

Michelle Tsufa

Aula 3 - Planejamento de Trade Regional

César Salvadori

Aula 4.1 - Planejamento Financeiro de Trade Marketing: A importância de Finanças para Trade Marketing

George Papageorgiou

Cecília Mattoso,
Simone Terra

Aula 4.2 - Planejamento Financeiro de Trade Marketing: Política Comercial e Gestão de Verbas

George Papageorgiou

Aula 4.3 - Planejamento Financeiro de Trade Marketing: Case Gestão de Verbas e Customer Segmentation Model

George Papageorgiou

Módulo H - Modelo de execução

Aula 1 - Estrutura de atendimento aos canais - sell in e sell out

Simone Terra

Aula 2 - Segmentação e clusterização de clientes - atributos e critérios em diferentes segmentos

Simone Terra

Michelle Tsufa

Aula 3 - Portfolio de produtos por canal - mix

Michelle Tsufa

Aula 4 - Definição de material merchandising por canal

Simone Terra



3ª TRILHA - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E MODELO DE EXECUÇÃO

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo H - Modelo de execução

Aula 5 - Fotografia do sucesso e ativação por canal - local de implementação, modelo de premiação e regras de prioridade

Michelle Tsufa

Simone Terra

Aula 6 - Indicadores de sell out para equipes e promotores

Michelle Tsufa

Simone Terra

Aula 7 - Programas de relacionamento com o varejo

César Salvadori

Simone Terra

WEBINÁRIO AO VIVO - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E MODELO DE EXECUÇÃO

Michelle Tsufa, Simone Terra



4ª TRILHA - GESTÃO OPERACIONAL DA EXECUÇÃO

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo I - Gestão e Avaliação da Equipe de Campo

Aula 1 - Modelos de operação de equipes de campo - própria, terceirizada, mista e compartilhada

Cecília Mattoso

Aula 2 - Mapeamento de competências e regras de seleção de pessoas

Cecília Mattoso

Aula 3 - Processo e fluxo de comunicação em sell out e com sell in

Simone Terra

Michelle Tsufa,
Cecília Mattoso



4ª TRILHA - GESTÃO OPERACIONAL DA EXECUÇÃO

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo I - Gestão e Avaliação da Equipe de Campo

Aula 4 - Modelos de gestão e avaliação das equipes com ferramentas e tecnologia

Michelle Tsufa

Aula 5 - Modelos de gestão e avaliação das equipes com poucas ferramentas e sem tecnologia

Cecília Mattoso

Simone Terra



4ª TRILHA - GESTÃO OPERACIONAL DA EXECUÇÃO

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo J - Gestão e Avaliação da Equipe de Campo

Aula 1 - Liderança das equipes de sell out

Cecília Mattoso

Michelle Tsufa

Aula 2 - Capacitação e desenvolvimento profissional das equipes de sell in e sell out

Simone Terra

WEBINÁRIO AO VIVO - GESTÃO OPERACIONAL DA EXECUÇÃO

Simone Terra, Cecília Mattoso





TRILHA O VAREJO HUMANOLÓGICO

Sabemos que o varejo é dinâmico e está passando por uma revolução tecnológica!

Desta forma, resolvemos oferecer esta trilha bônus para que conheçam as transformações do varejo no séc XXI, para que possam em parceria com ele direcionar projetos e fazer ações que impactam o shopper em seu percurso de compra!



Módulo K- Macrotendências

Aula 1 - O varejo 2.0: Como as lojas estão fazendo para vencer

Bruno Cobalea

Simone Terra

Aula 2 - Branding & customer experience

Adriana Arinelli

Aula 3 - Dados em primeiro lugar: Por que é tão essencial para o negócio?

Bruno Cobalea

Simone Terra

Aula 4 - A industrialização do varejo e o varejo Real Time

Bruno Cobalea

Simone Terra

Aula 5 - A jornada Techtouch

Bruno Cobalea

Simone Terra



TRILHA BÔNUS - O VAREJO HUMANOLÓGICO

Professor

Exemplos práticos/
dicas aplicadas



Módulo K- Macrotendências

Aula 5 - Shopper Marketing - Impactando o shopper no percurso da compra: antes, durante e após

Simone Terra

Aula 6 - Execução e operação voltada ao sell out

Bruno Cobalea

Simone Terra

Aula 7 - Client Experience - Métricas de gestão para garantir a experiência

Bruno Cobalea

Simone Terra

WEBINÁRIO AO VIVO - O VAREJO HUMANOLÓGICO

Bruno Cobalea, Simone Terra





TRILHA TRADE CHANNELS

O Trade é uma área dinâmica e customizada dentro das empresas. As estratégias precisam ser desenhadas em função desta realidade e completamente direcionadas às realidades dos canais de venda. Desta forma, resolvemos oferecer palestras de líderes especializados em canais. Vocês poderão ouvir desses especialistas o cenário, a estrutura de atuação sell in e sell out, os desafios e as oportunidades para a realização das melhores práticas de Trade nestes canais. Aproveitem também para conhecer canais que vocês não atuam!



TRILHA BÔNUS: TRADE CHANNELS

Professor



Aula 1 - Hipermercado e Supermercado

Michelle Tsufa

Aula 2 - Cash & Carry

Michelle Tsufa

Aula 3- Pequeno varejo alimentar

Raphael Hanoh

Aula 4- Farma - MIP/OTC/RX

Fernanda Moscarelli

Aula 5 - Loja de Material de Construção

Simone Terra

Aula 6 - Varejo Especializado Tradicional

Eduardo Castro



TRILHA BÔNUS: TRADE CHANNELS

Professor



Aula 7 - Home Center

Eduardo Castro

Aula 8 - Bares e restaurantes

César Salvadori

Aula 9 - Eletroeletrônico - Grandes redes e pequenas lojas

Cecília Mattoso

Aula 10 - Mercado de luxo

Bruno Cobalea

Aula 11 - Canal distribuidor

Simone Terra

Aula 12 - Atacado doceiro

Rodrigo Catto





PALESTRAS

Como conhecimento nunca é demais, também vamos oferecer mais 5 palestras bônus para ampliar seu conhecimento que saia do curso com uma visão mais abrangente sobre outros temas relacionados ao Trade Marketing.



PALESTRAS BÔNUS

Professor



SHOPPER TRENDS EUROPA

Simone Terra

O TRIPÉ DO SELL OUT EM VENDAS

Simone Terra

A MISSÃO DO TRADE COM O COMERCIAL PARA O SUCESSO DO SELL OUT

Simone Terra

PRICING

George Papageorgiou

O2O: ONLINE TO OFFLINE

Eduardo Castro

