



Workshop

Tácticas De Segmentación Por Comportamientos

Cómo identificar el valor buscado por clientes y compradores en productos y servicios

IDEAL PARA

- ! Conocer necesidades de clientes
- ! Evaluar competidores por valor
- ! Diseñar versiones mejoradas de productos y servicios

> RESUMEN

Pensar y establecer precios en función del valor de un producto es un concepto nuevo para muchas empresas.

Este curso introduce el concepto de segmentación por valor y su importancia en la evaluación y optimización de productos y servicios, así como un metodología práctica de levantamiento para identificar nuevas oportunidades de valor en clientes y compradores.

> QUÉ APRENDERÁS

- ✓ Cómo pensar y definir precios en función del valor de un producto o servicio
- ✓ Cómo identificar subgrupos de clientes para guiar mejores decisiones comerciales
- ✓ Cómo usar la segmentación en el diseño de versiones de productos y servicios
- ✓ Cómo combinar nuevos productos y servicios para generar más valor al cliente

> OBJETIVO

Conocer cómo segmentar clientes para identificar necesidades, requerimientos y nuevas oportunidades de mercado

> DIRIGIDO A

Gerentes, ejecutivos y profesionales a cargo de marketing, ventas y/o gestión y planificación de precios de la empresa

> DURACIÓN

4 horas

> FORMATO

100% en línea en vivo

> FECHA

Miércoles, 28 de Septiembre de 2022

BENEFICIOS



Conocimiento práctico



Biblioteca Digital



En línea y En vivo



Dirigido por Experto



Hojas de Trabajo



Certificado de Graduación

> FASES DEL CURSO

- 1** **Cómo generar y captar valor pensando como cliente.** Introducimos el concepto de valor y por qué debiese ser el principal factor de determinación de precios de cualquier producto y servicio.
- 2** **Segmentación de clientes por necesidades.** Presentamos el concepto de segmentación por valor y cómo utilizarse para el diseño y configuración de mejores productos y servicios.
- 3** **Construcción de paquetes.** Introducimos el concepto de paquetización (bundling) y su uso en la comercialización exitosa de productos y servicios.



INCLUYE

✓ **Análisis de Triada de Valor** para identificar elementos funcionales, tangibles e intangibles de valor en productos y servicios

✓ **Análisis de Razones de Compra** para levantar y evaluar necesidades, requerimientos y deseos de compradores y clientes.

BONO

Configurador de Paquetes para diseñar versiones mejoradas de productos y servicios que generen valor, ganancias y crecimiento

BENEFICIOS

3

Áreas De Conocimiento

15

Tácticas & Mejores Prácticas



Hojas de Trabajo



Análisis Rápido

PROGRAMA

I. Cómo generar y capturar valor pensando como cliente

- Tres Interpretaciones de valor
- Diferenciación y rutas de diferenciación
- Dimensiones de valor
- Factores que afectan el valor y disposición de pago del cliente
- Cómo comunicar y demostrar valor
- Cuatro pasos para construir valor

II. Segmentación de clientes por comportamientos

- Comportamientos típicos de compra, uso y consumo
- Razones de compra, popularidad y valor objetivo
- Clasificación de atributos de alto, bajo y cero interés
- Fusión de segmentos por similitud de comportamientos
- Definición y clasificación de metasegmentos

III. Construcción de paquetes ***BONO***

- Buenos y malos ejemplos de paquetización
- Ventajas competitivas y tipos de paquetización
- Elementos que conforman un paquete
- Configuración de paquetes para metasegmentos



Workshop

Tácticas De Segmentación Por Comportamientos

Cómo identificar el valor buscado por clientes y compradores en productos y servicios

Inversión

4 horas de formación profesional

\$ **297** USD

Incluye

- ✓ Plataforma digital exclusiva
- ✓ Materiales digitales
- ✓ Hojas de trabajo
- ✓ Acceso a grabaciones
- ✓ Certificado de Participación

Socios

33% DESCUENTO

Con código especial de compra

\$ **199** USD

Incluye todo

Precio especial solo para socios y miembros de asociaciones, cámaras y gremios con convenio



Experto
JOSÉ MIRABAL
Director
Pricing Institute

Asesor y experto en negociación y estrategias de precios. Sus clientes incluyen startups, PYMES y empresas en 42 industrias, así como gobiernos y fundaciones sin fines de lucro en 10 países. Autor del Value-Based Pricing Framework® y Pricing Canvas®. Más de 18.000 empresarios y profesionales han escuchado sus charlas y workshops en 2021. Desde el 2015, ha participado en más de 300 charlas y conferencias promoviendo y difundiendo mejores prácticas de pricing entre empresarios y empresas de América Latina. Líder de opinión para América Retail.

Graduado en Ciencias Biológicas y Matemáticas Aplicadas de Cornell University. Estudios de posgrado en CalCoast, Stanford, y Adolfo Ibañez.

Inscripción en

www.pricing.institute

**Consultas
y venta corporativa**



grios@pricing.institute
sramirez@pricing.institute



Chile	+ 56 9 9543 9479
Colombia	+ 57 316 832 8167
Costa Rica	+ 506 8404 7551