

Retail para retailers

11, 12 y 13 de
julio de 2017

BARCELONA

www.iese.edu



SECTORIALES
PROGRAMAS ENFOCADOS

Retail para *retailers*: claves de éxito en un negocio omnicanal

www.iese.edu/retail

Es fundamental sentar las bases para formular una buena estrategia y saber implantarla a nivel corporativo, así como en cada tienda, cada sección y cada categoría de productos, para encarar con éxito las oportunidades del *e-commerce*. Durante este programa, se trabajará con un esquema de gestión de negocio que asegure la rentabilidad económica y el crecimiento mediante la maximización de la gestión de los fondos propios.

BENEFICIOS

- Comprender en profundidad los aspectos claves del negocio minorista o de *retail*.
- Conocer cómo diseñar la estrategia específica para tu negocio de *retail*.
- Aprender a definir un modelo de gestión que incluya factores claves del sector.
- Analizar cómo maximizar el rendimiento a través de la optimización del margen y la rotación de los activos en cada tienda, departamento y sección.
- Descubrir las oportunidades de operar *omnichannel*.

METODOLOGÍA

El programa utiliza una metodología activa que permite al directivo abstraerse de su realidad cotidiana para profundizar en sus conocimientos y análisis, así como en los retos que plantea el programa a través de conferencias, estudio individual y trabajo en equipo.

Se trabajará con el método del caso, que presenta una situación empresarial real para que el directivo la analice, la discuta en equipo y tome las decisiones adecuadas para alcanzar el éxito.

POR QUÉ EL IESE RECOMIENDA ESTE PROGRAMA

Fruto de décadas de investigación y colaboración con empresas minoristas o de *retail* líderes de todo el mundo, este programa ofrece las herramientas de planificación necesarias para aplicar la estrategia adecuada a la gestión diaria, así como para encarar con éxito las oportunidades del *e-commerce*. Se analiza la problemática de *retailers* de diversos sectores, como supermercados e hipermercados, grandes almacenes y moda, estudiando cómo han desarrollado sus habilidades estratégicas, así como el análisis financiero y de la productividad, los inventarios y superficies de las tiendas, el manejo de categorías y el diseño efectivo de surtidos y marcas.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El programa está orientado a directores y gerentes de cadenas de tiendas.



ESTRUCTURA Y CONTENIDO

Estrategia y gestión financiera detallista

- Las ocho claves de éxito del comercio detallista: el pentágono y el triángulo. El pentágono se refiere a la oferta comercial del *retailer*, la parte visible del negocio y lo que hace que los consumidores vayan a las tiendas: tienda, producto, valor, personas y comunicación; el triángulo se refiere a la eficiencia del *retailer* en la gestión del negocio: sistemas de información, logística y proveedores.
- Análisis financiero y de productividad detallista. Aplicación del modelo financiero de Dupont y presentación de la matriz maestra de productividad detallista.

Estrategia en cadenas minoristas

- Diseño e implantación de la estrategia en cadenas de tiendas. Presentación del modelo estratégico de Homans, que integra los dos aspectos claves de la estrategia –la formulación y la ejecución–, e ilustra sobre los factores que influyen y motivan al equipo para el logro de resultados.
- Discusión de un caso de cadena en el que se apliquen los conceptos presentados en el módulo.

Estrategia en las tiendas

- Análisis de la estrategia y la productividad en tiendas, a partir de datos de una cadena real. Los participantes trabajan en equipos y presentan sus conclusiones y propuestas de mejora a partir de la información analizada.

Estrategia en los grandes almacenes

- Aplicación del modelo de la matriz maestra de productividad de los recursos detallistas. Los participantes trabajan en equipos para seleccionar y mejorar el rendimiento de los departamentos, utilizando la información de la matriz maestra y, finalmente, presentan sus propuestas.
- Aplicación de la matriz maestra a una cadena de sesenta grandes almacenes.

Estrategia en los productos y categorías

- En este módulo se realiza un ejercicio de planificación de categorías y surtido. Los participantes diseñan en equipo el surtido de diferentes tipos de tiendas, los criterios para armar un surtido y los roles de las categorías en las tiendas. Se discute cómo revisar y medir el desempeño de las categorías.
- Diseño de surtidos. Aplicación de la planificación de una categoría.

La oportunidad digital

- Cómo reaccionar frente al desafío creciente del *e-commerce*. Las alternativas del *retail online* y las oportunidades de operar *omnichannel*.
- Rol de la tecnología en el comercio detallista.



Datos de contacto

IESE Barcelona
Programas Enfocados
Executive Education
Tel.: 93 253 42 00
enfocadosbcn@iese.edu

Horario aproximado

De 09:00 a 19:00 h

Fechas y lugar

11, 12 y 13 de julio de 2017
IESE Barcelona
Arnús i de Garí, 3-7
08034 Barcelona

Aparcamiento gratuito

Inscripción *online*
www.iese.edu/retail

Inscripción

Cuota general: 3.200 €

Cuota Miembros del IESE: 2.880 €
(exento de IVA por docencia)

Incluye material de trabajo y almuerzos durante el programa. El programa requiere la preparación del material de estudio previo que se facilitará 2 semanas antes del inicio del programa. Es imprescindible haber efectuado el abono de la cuota para recibir dicho material.

Plazas limitadas por riguroso orden de inscripción.



Julián Villanueva

Director Académico

Profesor de Dirección Comercial, IESE, Universidad de Navarra

PhD en Management (Marketing), University of California, Los Ángeles

MBA, IESE, Universidad de Navarra

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid

Es experto en Customer Equity (gestión del valor del cliente) y sus investigaciones se han publicado en las revistas *Journal of Marketing Research* y *Marketing and Quantitative Marketing and Economics*, entre otras. Ha impartido clases para directivos en la CEIBS (China), la Nile University (Egipto), INALDE (Colombia), IPADE (México), IDE (Ecuador), PAD (Perú) e IEEM (Uruguay). Además, ha trabajado como consultor para diversas compañías en proyectos de CRM, estudios de mercado, segmentación, posicionamiento y cuadros de mandos comerciales, y ha sido miembro del Consejo de Administración de diversas empresas.



Guillermo D'Andrea

Director Académico

Profesor de Dirección de Empresas, IAE

PhD, IESE, Universidad de Navarra

MBA, IAE

Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica Argentina

Es profesor del programa Strategic Management in Retailing de Babson College en el Centro de Comercio Minorista del Instituto Tecnológico de Monterrey, México, y del Global CEO del IESE. Ha sido profesor visitante en las escuelas de negocios de Harvard y Darden en Estados Unidos, en el Politecnico di Milano y en distintas escuelas de Europa y América Latina. Entre 2002 y 2012 fue Director de Investigaciones del Coca-Cola Retailing Research Council en América Latina.

**A WAY TO LEARN
A MARK TO MAKE
A WORLD TO CHANGE**

 IESE Business School

 iesebs

 IESE Business School

 iese

Barcelona

Av. Pearson, 21
08034 Barcelona, Spain
+34 93 253 42 00

Madrid

Camino del Cerro
del Águila, 3
28023 Madrid, Spain
+34 91 211 30 00

New York

165 W. 57th Street
New York, NY 10019-2201
USA
+1 646 346 8850

Munich

Maria-Theresia-Straße 15
81675 Munich, Germany
+49 89 24 20 97 90

Sao Paulo

Rua Martiniano de Carvalho,
573 Bela Vista
01321001 Sao Paulo, Brazil
+55 11 3177 8221