

# 206 *Marketing de Guerrillas*



## **Objetivo General**

Describir y explicar a los emprendedores, pequeños empresarios y a los estudiantes las inmensas posibilidades que nos oferta el Marketing convencional y de que manera puede adaptarse a todos los negocios, cualquiera que fuere su tamaño

## **Objetivos Específicos**

- ♦ *Comprender los mecanismos elementales del Marketing*
- ♦ *Manejar una serie de técnicas sencillas en su aplicación, pero de gran repercusión comercial*
- ♦ *Contrastar que las técnicas más modernas del marketing actual están a la disposición y alcance de cualquier bolsillo y de cualquier planteamiento profesional*
- ♦ *Experimentar una nueva forma de hacer las cosas en nuestros negocios*

## **Beneficios**

- ♦ *Mejorar el rendimiento de nuestros negocios*
- ♦ *Mayores y mejores ventas*
- ♦ *Mejorar la comunicación con nuestros clientes y con nuestro entorno*
- ♦ *Posicionar nuestro negocio de una forma más eficaz*

## **Dirigido a**

- ♦ *Nuevos emprendedores*
- ♦ *Comerciantes, autónomos, pequeños y medianos industriales*
- ♦ *Cualquiera que quiera o tenga la necesidad de venderse*
- ♦ *Estudiantes, universitarios o no, interesados en introducirse y conocer mejor este apasionante mundo del Marketing*

## **Metodología**

Nosotros partimos de un concepto básico que dirige los destinos de los negocios orientados hacia el futuro:  
***La productividad se incrementa a través de la Innovación***

Por otra parte pensamos que, la Innovación no es otra cosa que la capacidad de combinar los factores de producción de la forma mas eficiente

Por tanto, basamos nuestra metodología en la combinación de todos los factores de que disponemos técnicos y humanos, incluyendo a los propios alumnos, de la forma que sea necesaria en cada momento, para alcanzar la mejor respuesta por parte de los receptores de la formación.

***Práctica***, porque se basa en el análisis, la discusión y en afrontar situaciones reales

***Interactiva***, ya que en todas las situaciones cualquier otro miembro del equipo puede contraponer una respuesta inesperada ante una determinada situación

***Provocativa***, porque se basa en la provocación continua por parte de los profesores a los alumnos en busca de la mejor solución posible, teniendo siempre en cuenta la combinación de todos los factores afectos, orientada a la consecución de un mejor resultado.

# 206 *Marketing de Guerrillas*



**Grupal**, dado que se trabaja en equipo asumiendo cada uno de sus integrantes el rol que le corresponda en cada momento.

**Bajo Presión**, toda vez que las situaciones en la vida real no permiten los actos de reflexión indefinidos.

Como sea que los objetivos pretendidos por el presente programa se desarrollan mucho mejor cuanto de más tiempo se dispone, resulta obvio que estos marcan en gran medida la selección de métodos a la disposición de los citados tiempos.

Por ello, en el presente programa los métodos susceptibles de ser usados en virtud del tiempo disponible son:

- ♦ **Clases Teóricas**  
*Apoyadas con presentaciones en Power Point repletas de casos, ejemplos, imágenes y gráficos para reforzar las explicaciones.*
- ♦ **Interacción**  
*Pregunta-respuesta continua entre conferenciante y alumnos, a iniciativa de cualquiera de las partes. Participación obligada por el ponente.*
- ♦ **Ejercicios Prácticos**  
*Ejercicios realizados de forma individual o en grupo, indoor, referidos a los conocimientos asumidos en el aula.*
- ♦ **Visionado de película**  
*A partir del visionado de vídeos se debatirán las diferentes situaciones que hemos podido ver tratando de ponernos en el rol de los protagonistas.*

## **Contenidos**

- ▶ **Capítulo 1. Principios**
  1. Principio de la fuerza
  2. La superioridad de la defensa
  3. La naturaleza del campo de batalla
  4. El cuadro estratégico
  5. Estrategia y tácticas
  6. Principios defensivos
  7. Principios ofensivos
  8. Principios de flanqueo
- ▶ **Capítulo 2. Armamento. Cien armas para el ataque**
- ▶ **Capítulo 3. Perfil del Guerrillero. Características**
- ▶ **Capítulo 4. Grandes Batallas**

## **Extensión**

El programa de **Marketing de Guerrillas** es apropiado para dar en **seminarios de tres horas**, si bien puede alargarse **hasta dos sesiones con un total de 8 horas**, ó más combinándolo con otros programas incluidos en el portfolio de productos

# 206 *Marketing de Guerrillas*



## **Puede complementarse con nuestros programas**

- ① Política de distribución
- ① Política de Precio
- ① Política de Producto
- ① Merchandising
- ① Marketing. Introducción y conceptos
- ① Marketing para comercios
- ① Franquicias
- ① Las 22 Leyes Inmutables del Marketing
- ① Los errores más frecuentes de las marcas