



EADA

Where business people grow

> Programa Retail Management



Programa Retail Management

RETAIL MANAGEMENT

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Capacitar, a nivel directivo, para la creación, desarrollo y gestión de puntos de venta dirigidos al consumidor final, ya sean propios, franquiciados o bien redes de agentes, distribuidores o licenciarios de marca.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Directivos y profesionales con experiencia consolidada, relacionados directa o indirectamente con el sector del Retail, que desean mejorar la eficacia en la comercialización de sus productos y servicios:

- Responsables de la gestión y rentabilidad de puntos de venta que desean actualizarse en los métodos más avanzados de gestión.
- Responsables de la estrategia comercial de empresas fabricantes que busquen entender y profundizar en las claves de la venta al consumidor final.
- Directivos que, desde cualquier otra ámbito de actividad, estén interesados en conocer esta área empresarial.

METODOLOGÍA

El programa tiene un enfoque eminentemente práctico, con el objetivo de facilitar la adopción de los conceptos y técnicas aprendidas en el trabajo diario.

Para ello se combinarán diversas metodologías:

- Clases participativas basadas en la exposición y discusión de conceptos claves de gestión y casos prácticos reales.
- Presentaciones de directivos de empresas, que compartirán sus experiencias en diversas áreas de gestión y con los que se establecerán debates abiertos.
- Visitas y análisis de conceptos en puntos de venta.
- Elaboración de proyectos grupales.

EADA CENTRO DE RETAIL MANAGEMENT

EADA mantiene vínculos permanentes con la comunidad empresarial del sector retail a través del Centro de Retail Management. Los objetivos del ECRM se centran en la generación y transmisión de conocimiento en Retail y sus actividades abarcan la investigación, la docencia y los servicios a empresas y profesionales, impulsando el intercambio de experiencias del sector.

RANKING



2º en "Desarrollo Profesional" a nivel internacional

57º en el mundo en "Formación In-Company"



EXPERIENCIA



Generación de conocimiento, formación y comunidad de servicios

PLAN DE CONTENIDOS

El plan de trabajo contempla 4 módulos de contenidos específicos, dirigidos a desarrollar la capacidad de gestión integral de empresas minoristas.

1. LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN

- Estrategia de canales.
- Los distintos modelos de negocio y el flujo del dinero.
- Control del canal, control del cliente: el equilibrio de poder en la cadena de comercialización.

2. LA ESTRATEGIA EN RETAIL

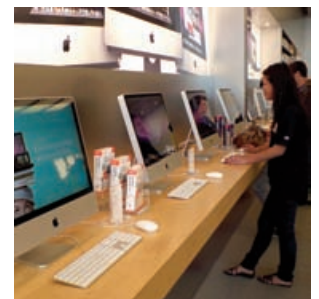
- Entendiendo al comprador: como innovar y obtener valor por ello.
- El proceso de compra: actuando en el espacio donde se toman el 70% de las decisiones.
- Tendencias en la elección de los formatos comerciales.
- Generar conceptos de éxito: las propuestas innovadoras son posibles.
- Buscar socios para crecer, riesgos y oportunidades.
- Las tiendas y las marcas.

3. EL MODELO DE NEGOCIO

- La gestión de la oferta: categorías de productos, marcas y servicios.
- Política y gestión del PVP.
- Gestión de la comunicación y programas CRM.
- Visual Merchandising.
- La tipología de tiendas.
- Localización y expansión de las tiendas.
- E-tailing.

4. LA GESTIÓN EN RETAIL

- La gestión de personas: fórmulas de organización y dirección de equipos de trabajo.
- La gestión económica: proyecciones económicas aplicadas a los puntos de venta e indicadores clave de gestión.
- La gestión logística: política de stocks, sistemas de reposición, gestión de discontinuados, IT.



“Retail is detail. La experiencia que se le ofrece a cada cliente deber ser siempre mejor a la que puede recibir de otro competidor”

Hermán Uscategui
International Business Development Director,
Starbucks HQ, Seattle, USA



RETAIL PLAN



QUIÉNES SOMOS

El Centro de Retail Management de EADA está formado por un equipo de especialistas en Retailing, que reúnen la más alta cualificación académica y una sólida experiencia profesional.

MIEMBROS:

- Alexis Mavrommatis

Doctor en Posicionamiento e Imagen de empresas distribuidoras a nivel internacional y Master en Retail Management por la University of Stirling. Ha trabajado para el grupo Carrefour-Grecia durante 5 años, sénior consultor para Jos de Vries, en The Retail Company, consultoría dedicada a la gestión y desarrollo de nuevos conceptos de punto de venta para empresas distribuidoras y fabricantes (Caprabo, Carrefour, Procter&Gamble, Coca-Cola, Venca, Euromadi, PlusFresc, Eroski...).

- Manu Carricano

Licenciado en European Business por Bordeaux Ecole de Management (BEM), y el Centro Europeo de Gestión de Empresas (CEGE), Master en Dirección de Empresas por la Universidad Montesquieu de Bordeaux, donde está finalizando su doctorado.

- Lourdes Pérez:

Licenciada en Ingeniería Industrial por la UPM, MBA por IESE, doctora europea por la Universidad Técnica de Cataluña y Bradford University School of Management. Inició su carrera profesional en el mundo corporativo, trabajando en cargos de marketing y gestión para empresas como Hewlett Packard o Procter & Gamble.

- Martin Rahe:

Doctor en Economía por la universidad de Bochum, Alemania. Decano de investigación en EADA, con más de 15 años de experiencia en docencia y consultoría. Ha trabajado en proyectos industriales conjuntos germano-rusos (Ruhrgas y Gazprom), así como en iniciativa emprendedora. En 2006 fue uno de los miembros fundadores de la Society of Global Business and Economic Development. Investigaciones: impacto de la globalización sobre los mercados, el comportamiento de los consumidores y el sector minorista

- Elisabeth Garriga

Doctora (2007) en General Management por IESE. Su tesis presenta un nuevo enfoque de la responsabilidad social corporativa, basado en el capital social y en el desarrollo de una teoría de los stakeholders, y que se ha probado en Inditex y Gas Natural, dos importantes empresas multinacionales españolas. Experiencia como consultora en comercio minorista (Inditex, Oh Ma) y como

consultora externa para el Programa de Desarrollo de Naciones Unidas y la red Global Compact (Argentina).

- Antonio Olivé:

Licenciado en Económicas (UNED), candidato para un doctorado sobre modelos de negocios e innovación estratégica. Estudios focalizados en cómo algunas empresas de éxito moldean sus modelos de negocios. Ha cursado PDD (IESE Business School). Ha cubierto posiciones de Management (Graphic Packaging International España y Punto Blanco). Áreas de interés: gestión estratégica, control de gestión, finanzas, y retail.

- Aline Masuda

Doctora en Psicología Industrial y Laboral (SUNY), licenciada y Master en Psicología (MSU). Ha trabajado en el Centro Internacional Trabajo y Familia (IESE) y en IBM como investigadora. Fue gerente senior de proyectos en International Survey Research Towers Perrin. Ha publicado temas de liderazgo y conciliación trabajo y vida personal. Investigaciones en el área de satisfacción de empleados, motivación y valores culturales, liderazgo global, y competencia cultural.

- David Román

Licenciado en Ciencias de la Información, Universitat Autònoma de Barcelona. Diplomado en Dirección de Marketing, EADA. MBA, EADA. Consultor de Empresas.

DIRECTORES:

- Xavier Bordanova

Ha ejercido durante más de 18 años como directivo con responsabilidades en retail en Norauto (grupo Alcampo), Pepsico Restaurants Internacional y Vodafone. Desarrolla proyectos de consultoría de gestión en retail, para empresas nacionales y multinacionales como ONO, Librerías Bertrand (Bertelsmann), Cehiba, A Todas Horas, Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE).

- Estrella Fernández

Licenciada en Psicología (UAB) y Master in International Management (ESADE). Más de 15 años de experiencia directiva en Marketing y Retailing en Nike y Sara Lee. Ha asesorado a distintas compañías nacionales y multinacionales, de diversos sectores, en el desarrollo de sus estrategias de Marketing y Retail.



CONOCIMIENTO



Where business people grow

MÁS INFORMACIÓN

C/ Aragón, 204 - 08011 Barcelona - España

Tel +34 934 520 844 Fax +34 933 237 317

www.eada.edu - retailing@eada.edu

Ranked by:



The
Economist

Acreditaciones de calidad

