

4.9

Comentarios (14)

Gustavo Alonso

Buenos Aires, Argentina

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Moderador | Panelista | Consultor

País de residencia: Argentina

Nacionalidad: Argentina

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Innovación en valor, Estrategia y rentabilidad, Orientación al cliente, Marketing de experiencias, Marketing digital y comercio electrónico, Marketing para PyMEs, Transformación digital.

Descripción del perfil

Conferencista internacional experto en marketing, estrategia de negocios, innovación en valor, transformación digital, marketing de la experiencia y desarrollo de marcas. Se presenta como “fanático del cliente satisfecho”. Ha dictado numerosos cursos, talleres y conferencias en distintos países de América Latina sobre temas de innovación, marketing integrado, transformación digital, estrategia y creación de valor, destacando siempre una actitud empática, motivadora y cercana con los participantes. Reúne más de 25 años de experiencia en el mundo de las empresas, más de la mitad de ellos desempeñándose como asesor de marcas, empresarios y emprendedores. Es catedrático en distintas universidades argentinas y Jurado de los Premios Mercurio otorgados por la Asociación Argentina de Marketing. Fundador y director general de Time to Market, firma de consultoría y soluciones de marketing integrado, operando desde el año 2005 en Argentina.

Conferencias, Cursos o Talleres

Innovación en valor

De 1 Hora a 2 Horas

La innovación es un camino obligatorio para toda organización que desee mantenerse competitiva. La buena noticia es que la innovación está al alcance de todas las compañías que deseen implementarla. "Innovación en valor" es una conferencia clave para todo aquel que desee conocer una mirada certera y concreta acerca de cómo ofrecer productos y servicios diferenciales, gracias a una mirada centrada en el cliente y en la competencia.

Marketing digital y comercio electrónico

4 Horas o más

Todo pasa por internet. Cada vez son más las categorías de productos y servicios que encuentran buenas posibilidades de acercarse a sus públicos objetivo a través de la presencia digital. Las acciones de marketing digital y la presencia online de la marca requieren conocimientos y aptitudes que van mucho más allá de los medios y las herramientas para ejecutarlas. En este contexto, empresas, profesionales y organizaciones en general, encuentran renovados desafíos en la intención de construir su presencia online y ejecutar acciones que generen valor. Así, en este mundo híper conectado, relacional, colaborativo y amplificador, el camino hacia lo digital resulta un trayecto inevitable.

Marketing de experiencias

Flexible

Pensar en marketing no es lo mismo que ejecutar acciones. Y pensar en marketing de experiencias significa poner al cliente en el centro y reconocer que toda compañía debe orientarse a su satisfacción. En escenarios hípercompetitivos donde los individuos, más informados y exigentes, cada vez disponen de más y más alternativas, ser capaz de generar un verdadero valor diferencial es el único camino posible en el intento de lograr clientes satisfechos y leales.

Marketing para PyMEs

Flexible

Toda PyME tiene la gran oportunidad de mejorar de manera ágil e inmediata sos procesos de negocios. Una PyME con visión y actitud de marketing se vuelve una usina generadora de valor, diferenciación competitiva y mejores resultados. Esta conferencia ofrece una mirada integral, desde los aspectos estratégicos a los tácticos, que ayudará a comprender el negocio de forma más completa, preparando a los participantes para dar un salto en sus gestiones cotidianas.

Cómo lograr clientes satisfechos

Flexible

Una mirada sobre los pilares esenciales que motivan a los clientes y sus búsquedas. ¿Qué compran los clientes? ¿Cómo superar a la competencia? ¿Se puede vender más sin bajar los precios? Éstas y otras preguntas son abordadas de manera conceptual y práctica, permitiendo a los participantes encontrar sus propias respuestas y soluciones para sus propios negocios.

Gestión del negocio en tiempos de incertidumbre

De 1 Hora a 2 Horas

En tiempos que la pandemia afecta a tantas PyMEs, emprendimientos y negocios en general, se ofrecen una serie de herramientas y recomendaciones para llevar adelante un plan de recuperación del negocio.

Cómo diseñar la experiencia del cliente

Flexible

Un abordaje conceptual y práctico acerca de cómo trabajar en pos de la consecución de clientes satisfechos, con foco en el diseño de experiencias únicas y diferenciales. Una mirada fundamental para comprender cómo las organizaciones deben hoy pensar y construir la orientación al cliente para optimizar los resultados del negocio.

Experiencias

Profesor en MBA: Porfolio Management y Captura de Valor

Universidad de Palermo

2022 - Actual

Fundador y Director General

TIME TO MARKET | marketing integrado

2005 - Actual

Profesor Titular de Política de Producto, E-Business y Marketing.

Universidad de Palermo

2008 - Actual

Profesor Adjunto de Marketing, Marketing digital y otras.

Escuela de Negocios, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

2009 - Actual

Profesor invitado de Marketing estratégico y Negocios electrónicos

Universidad Andina Simón Bolívar, Sucre, Bolivia.

2009 - 2016

Profesor invitado de Comercialización

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

1997 - 2009

Estudios

Licenciado en Administración, especialización Comercialización.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

1996

Libros

De la comunicación al marketing relacional (coautor)

Autoría del capítulo "Marketing digital", publicado por Clarín en su colección "Master en Negocios" (2009).

Marketing de servicios: reinterpretando la cadena de valor

Autor del subcapítulo sobre marketing de servicios, publicado por la Universidad de Palermo (2008).

Artículos

Las diez "C" de Social Media

Artículo para Revista Mercado. Presentación y desarrollo de diez aspectos imprescindibles a considerar para la gestión profesional de redes sociales.

https://mentesalacarta.s3.amazonaws.com/articulos/gustavo-alonso-articulo-las-diez-"c"-de-social-media-1951.pdf

Las Ocho Brechas de Calidad en el Diseño de Productos

En mercados de alta competencia y con compradores cada vez más exigentes, las marcas se encuentran en la obligación de redoblar sus esfuerzos para diseñar productos que respondan satisfactoriamente a las expectativas de sus clientes.

https://mercado.com.ar/management-marketing/ocho-errores-en-diseno-de-productos/

Tiempo de precios difusos

¿Qué tienen en común un jean de primera marca, un televisor LCD LED y un colchón de dos plazas? ¿El público objetivo? Puede ser, pero ese no es el punto. Todos esos productos, así como tantos otros, hoy tienen un precio ?real? que el consumidor desconoce. Bienvenidos a la era del no-precio.

https://www.infobae.com/2011/06/27/590123-tiempo-precios-difusos/

Cómo ganarle a los altos costos y a la inflación

Colaboración para El Cronista. Una gestión de marketing efectiva es aquella que permite a la empresa satisfacer a los clientes mejor de lo que podría hacerlo la competencia; es aquella capaz de generar un valor diferencial atractivo por el cual los clientes vuelvan una y otra vez. Inevitablemente, eso requiere entender muy bien el mercado y orientar todo el negocio en consecuencia.

https://mentesalacarta.s3.amazonaws.com/articulos/gustavo-alonso-articulo-como-ganarle-a-los-altos-costos-y-a-la-inflacion-1954.pdf

Las marcas existen para que un producto se diferencie de otro

Entrevista para la Revista Juguetes. Una gestión de marketing efectiva es aquella que permite a la empresa satisfacer a los clientes mejor de lo que podría hacerlo la competencia; es aquella capaz de generar un valor diferencial atractivo por el cual los clientes vuelvan una y otra vez. Inevitablemente, eso requiere entender muy bien el mercado y orientar todo el negocio en consecuencia.

https://www.timetomarket.com.ar/blog/2933/21249/las_marcas_existen_para_que_un_producto_se_diferencie_de_otro.php?idsp=0

¿Nos están hackeando la mente?

¿Cuánto tiempo pasás mirando la pantalla de tu celular? ¿Tu vida es tan perfecta como la de tus contactos en redes? ¿Cuánta productividad dejó de tener tu día de trabajo? Una invitación a pensar sobre la incidencia del mundo digital y sus plataformas más populares, en nuestra vida cotidiana.

https://www.timetomarket.com.ar/blog/2929/34770/nos_estan_hackeando_la_mente.php?idsp=0

Influencers sin influencia: ¿se acaba la magia?

El valor agregado de los influencers viene poniéndose bajo la lupa en el mundo del marketing digital. ¿Acaso estamos asistiendo al fin del negocio de algunos o muchos de ellos? ¿Se tratará de una esperable saturación - como ocurre en tantos otros mercados- o bien será porque esos mismos influencers no han sabido conservarse fieles a los atributos que los convertían en atractivos para las marcas y seguidores? Veamos...

https://www.timetomarket.com.ar/blog/2929/34278/influencers_sin_influencia_se_acaba_la_magia_.php

La experiencia del cliente está de moda

Parece que es tiempo de hablar de la "experiencia del cliente", del "marketing de experiencias" o, si vamos más para el mundo digital, de "UX" (user experience)? ¿Qué pasa con eso? ¿De qué se trata? ¿Es algo nuevo?

https://www.timetomarket.com.ar/blog/2932/33000/la_experiencia_del_cliente_esta_de_moda.php

Es imperioso para las empresas y marcas la presencia en internet

Entrevista para Diario La Opinión. Atendiendo a que cada vez más las personas transcurrimos entre el mundo "offline" y el "online", resulta imperioso para las empresas y marcas reforzar su presencia en internet, para así informar y comunicar mejor de cara a sus públicos de interés.

https://diariolaopinion.com.ar/contenido/169837/es-imperioso-para-las-empresas-y-marcas-la-presencia-en-internet

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/gustavo-alonso