

0.0

Comentarios (0)

Julian Guerrero

Bogotá, Colombia
Capacitador | Docente | Panelista

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Mercadeo estratégico, ATL BTL y Digital, Customer Journey, Diseño de estrategia, Innovación y creatividad, Segmentación, Posicionamiento de marca, Investigación de mercados.

Descripción del perfil

Administrador de empresas egresado de la Pontificia Universidad Javeriana y Magíster en Mercadeo de la Universidad Externado de Colombia. Cuento con una trayectoria profesional de más de 10 años en los campos de mercadeo, trade marketing y comercialización. Mi experiencia laboral se ha desarrollado en diversas industrias, incluyendo el sector financiero, consumo masivo, consultoría y tecnología, desempeñándome en empresas como Banco Finandina, Dislicores y Samsung, entre otras. He liderado la estructuración, diseño y ejecución de estrategias de mercadeo 360°, abarcando tanto los medios tradicionales (ATL y BTL) como el marketing digital. Además, he tenido el privilegio de compartir mis conocimientos como conferencista de Marketing Estratégico para PYMES en la Universidad Externado de Colombia. Soy Docente de mercadeo y ventas, he participado en proyectos de consultoría donde he diseñado y ejecutado planes estratégicos de mercadeo y comunicaciones para diversas empresas, entre las que se encuentran Sest, Lec Lee, Surtiagro, Constructora Orquídeas y Eleven group. En la actualidad, ocupo el cargo de Director de Mercadeo y soy Consultor asociado en DEMCO S.A.S., donde continúo desarrollando estrategias innovadoras y efectivas para nuestros clientes.

Conferencias, Cursos o Talleres

Mercadeo estratégico para Pymes

Flexible

La capacitación de "Mercadeo Estratégico para PYMES" proporcionará un enfoque integral que abarca desde los conceptos básicos hasta la implementación práctica. Durante el curso, los participantes aprenderán los siguientes pasos: Investigación de mercados: Se enseñarán técnicas y herramientas para recopilar, analizar e interpretar datos relevantes del mercado, incluyendo tendencias, competencia y necesidades del cliente. Identificación del segmento objetivo: Se explorarán métodos para identificar y definir claramente los segmentos de mercado más adecuados para la empresa, basados en criterios demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales. Definición del posicionamiento de marca: Se guiará a los participantes en el proceso de definir una propuesta de valor única y relevante para el segmento objetivo, que permita diferenciar la marca de la competencia y generar una conexión emocional con los clientes. Planeación de objetivos SMART: Se explicará cómo establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos, que sirvan como guía para el desarrollo y la ejecución de la estrategia de mercadeo. Desarrollo de estrategia y tácticas: Se proporcionarán herramientas y metodologías para diseñar una estrategia integral de mercadeo, incluyendo la selección de canales, mensajes y acciones tácticas más adecuadas para alcanzar los objetivos establecidos. Desarrollo creativo de plan de mercadeo: Se fomentará la creatividad y la innovación en la elaboración de planes de mercadeo efectivos, que capturen la atención del público objetivo y generen resultados impactantes. Cronograma de actividades: Se ayudará a los participantes a desarrollar un cronograma detallado de actividades, estableciendo fechas de inicio y finalización, responsables y recursos necesarios para cada tarea. Revisión de inversión y retorno de inversión: Se presentarán métodos para evaluar la efectividad de la inversión en mercadeo, analizando el retorno de inversión (ROI) y ajustando las estrategias según los resultados obtenidos. KPIs a evaluar: Se identificarán los indicadores clave de rendimiento (KPIs) más relevantes para medir el éxito de la estrategia de mercadeo, tales como la tasa de conversión, el alcance de la marca y la participación en el mercado. Tablero de control: Se mostrará cómo diseñar y utilizar un tablero de control para monitorear y visualizar de manera clara y concisa el desempeño de las actividades de mercadeo y el cumplimiento de los objetivos. Revisión de planes y reestructuración: Se promoverá la revisión periódica de los planes de mercadeo, identificando

áreas de mejora y ajustando las estrategias según las necesidades cambiantes del mercado y de la empresa.

Estrategia

Flexible

Diseño y ejecución de actividades ATL y BTL. Marketing Digital Branding Canales y redes. Producto e innovación. Pricing.

Experiencias

Channel Marketing

Samsung

2021 - Actual

Director de Mercadeo

Demco- Consultoría empresarial

2018 - Actual

Estudios

Maestría Mercadeo

Externado de Colombia

2019

Administrador de empresas

Javeriana

2011

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/julian-guerrero