

ESTRATÉGIA E INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Sobre o curso:

Este curso intensivo fornece uma visão prática da inteligência de mercado e de ferramentas que impactam diretamente o resultado dos negócios, com uso de frameworks (planilhas e materiais de apoio), que simplificam a aplicação rápida em sua empresa. Aplicaremos ferramentas e técnicas de coleta e análise do mercado, que facilitam a implementação de estratégias orientadas por dados para melhoria do processo decisório, antecipação de tendências e crescimento sustentável.

Objetivo:

Capacitar os participantes aplicar técnicas de inteligência de mercado, inteligência competitiva e inteligência comercial em suas estratégias de negócios. Os participantes aprenderão ainda a estruturar processos para identificar oportunidades de mercado, avaliar a concorrência e prever mudanças no mercado.

Público-alvo:

O curso é direcionado a profissionais de marketing, vendas/comercial, planejamento estratégico, empresários e gestores que buscam soluções efetivas para tomar decisões bem fundamentadas.

Metodologia:

O curso será ministrado através de uma combinação de aulas expositivas, discussões em grupo, estudos de caso e exercícios práticos com uso de FRAMEWORKS. Os participantes serão encorajados a trazer suas próprias experiências e desafios para a sala de aula para discussão e resolução de problemas. O curso será interativo e participativo.

Conteúdo Programático:

✓ Planejamento da Inteligência de Mercado:

- Conceitos e definições
- Processo de IM e sua implantação
- Exemplos de Entregáveis de Inteligência

✓ Coleta de informações:

- Processo de coleta baseado em KITS e KIQs
- Ferramentas avançadas de coleta

✓ Análise de dados / Modelos de análise:

- Principais modelos de análise usados no processo de inteligência e estratégia como Four Corners, BCG, GE-McKinsey, Inovação em modelos de negócios, Análise da Cadeia de Valor, 5Forças, PESTAL, SWOT, Valor Percebido, Geomarketing, War Game, VRIO, Profit Pool, Early Warning etc.
- Método análise para melhoria de taxa de conversão (Win-loss)

- Disseminação de IM
- Métodos de mensuração de resultados de IM

Datas: 14 e 15/05/2024

Horário: 08h30 às 17h30

Carga horária: 16 horas

Local: Fundação Fritz Müller | Rua Iguaçu, 151 – Itoupava Seca, Blumenau/SC

Investimento: R\$ 1.730,00 em 8x de 216,25 no boleto ou 10x no cartão de crédito

Incluso: Material didático, *coffee break* e certificado para participantes com mínimo de 80% de frequência.

Currículo Professor: **Douglas Quirino Marson** Conselheiro de empresas em diferentes setores; Palestrante em eventos internacionais de Inteligência de Mercado; Facilitador de capacitação executiva para alta liderança, pelo Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado, Fundação Fritz Müller, Instituto Brasileiro de Supply Chain e Escola Superior de E-commerce; Professor MBA e capacitação executiva em Inteligência Comercial e Inteligência Competitiva; Empresário no mercado de Tecnologia e Saúde; Executivo em áreas estratégicas como Comercial, Inteligência de Mercado, Planejamento Estratégico, Marketing, Qualidade, Controladoria e Logística; Sólida experiência em governança corporativa e gestão do desempenho organizacional; Consultor em projetos de Inteligência Competitiva e Inteligência Comercial em grandes empresas como 3M, Bunge, Claro, Natura, Honeywell, Porto Seguro, Siemens, Sumitomo Corp, Telefônica, Tim, Votorantim, PwC, Deloitte, ErnestYoung, McKinsey, Thomson Reuters, Wilson Sons, Eneva e outras. Mestre em Sistemas de Gestão, MBA em Gestão de Negócios.

CLIENTES



Obs. É necessário o preenchimento do número mínimo de participantes para a realização do curso. Caso não seja preenchido, a coordenação reserva-se o direito de não abrir a turma.