



AÑOS formando los líderes que transforman el país

ESTUDIA NUESTRO DIPLOMADO TRADE MARKETING, CATEGORY MANA- GEMENT Y SHOPPER MARKETING



**Obtén tu diploma y
credencial CESA**



Modalidad Duración
Online en vivo 90 horas

Metodología

El programa sigue una metodología práctica y experiencial, que combina teoría con la aplicación en situaciones reales. A través de talleres, análisis de casos y un proyecto integrador, los participantes aprenderán a implementar estrategias efectivas en Trade Marketing, Category Management y Shopper Marketing.

¿Qué lograrás con el diplomado?



Interpretar la evolución del Trade Marketing y su rol estratégico frente al marketing tradicional, identificando oportunidades para la diferenciación en el punto de venta.



Diseñar estrategias visuales y experienciales para una audiencia específica, integrando datos del shopper journey, principios de visibilidad y narrativa de marca.



Evaluar estrategias de Category y Shopper Marketing mediante herramientas de IA y datos del consumidor, para prototipar soluciones hiperpersonalizadas en canales físicos y digitales.

Competencias y habilidades a desarrollar



Data Driven



Creatividad



Solución creativa de problemas



¿Porqué deberías hacer este diplomado?

El entorno actual exige integrar datos, creatividad y estrategia para conectar con un consumidor que espera experiencias memorables. Según NielsenIQ (2023), más del 76% de las decisiones de compra se toman en el punto de venta y McKinsey (2023) indica que el 81% de los consumidores valoran la personalización. Este programa responde a esas exigencias, formando profesionales capaces de gestionar la conversión con criterio visual, analítico y estratégico, en contextos físicos y digitales.

Fuente: NielsenIQ. (2023). Shopper Trends Global Report. McKinsey & Company. (2023). Consumer Pulse Report. <https://www.mckinsey.com>

¿Para quién es el diplomado?

Profesionales de marketing, ventas, retail, diseñadores, agencias de marketing y analistas que deseen integrar estrategias comerciales, visuales y digitales centradas en el cliente.

¿Cuál es el contenido del diplomado?



Módulo I

Fundamentos de Trade Marketing

Definición y evolución del Trade Marketing

Diferencias clave frente al marketing tradicional

Rol estratégico del Trade en la cadena de valor

Casos introductorios y referentes de buenas prácticas

Módulo II

Plan Estratégico de Trade Marketing

Trade como articulador entre áreas (marketing, ventas, canal)

Indicadores clave de desempeño (KPI's) del Trade Marketing

Segmentación de canales y formatos comerciales

Acciones de Trade Marketing digital

Elaboración del brief estratégico inicial del proyecto

Módulo III

Shopper & Category Management

Comportamiento y decisiones del shopper en el punto de venta

Técnicas de análisis de datos para entender al shopper

Arquitectura y estructuras de categoría

Construcción de insights y contexto para el proyecto.

Módulo IV

Implementación de Category Management

Definición de roles de categoría (destacada, rutinaria, estacional, etc.)

Tácticas por tipo de producto y canal

Métricas e indicadores específicos para la categoría

Elaboración del plan de acción por categoría seleccionada.

Módulo V

Shopper Experience Design

Introducción al Shopper Experience

Construcción del Shopper Persona

Mapa de Empatía

Customer Journey Map

Prototipado de Estrategias

Validación de Estrategias

Módulo VI

Diseño Estratégico de Piezas de Visibilidad y Exhibiciones

Psicología visual aplicada a exhibiciones en punto de venta.

Tipologías de exhibición: primaria, secundaria, impulsiva
Principios de storytelling visual y narrativa de marca

Brief creativo, DOs & DON'Ts, tendencias globales en visibilidad

Taller de diseño aplicado al producto y canal del proyecto.

Módulo VII

Trade Digital y Herramientas de IA

Fundamentos de omnicanalidad y comercio electrónico

Introducción al marketplace y su rol en la estrategia comercial

Herramientas de IA aplicadas al diseño de materiales y experiencias

Uso de retail media y prototipado digital

Simulación de visibilidad y presentación digital del canal del proyecto.

Módulo VIII

Estrategia Omnicanal e Hiperpersonalización

Colaboración estratégica avanzada entre fabricantes y retailers

Integración de IA y machine learning en Category Management

Segmentación avanzada y personalización en Shopper Marketing

Experiencia del cliente omnicanal: consistencia entre canales físicos y digitales

Uso estratégico de redes sociales para interacción con marcas

Hiperpersonalización del contenido y oferta basada en gestión de datos

Presentación del canal digital del proyecto y simulación de visibilidad.

¿Quiénes son las expertas docentes?

**María
Ximena
Santos**

Experta en marketing, innovación, diseño, retail y experiencia del cliente.

**Carolina
Romero**

Experta en estructurar y potenciar negocios en áreas fundamentales como marketing, estrategias de negocios y gestión comercial.

**Fernando
Rico**

Experto en marketing, retail, e-commerce, shopper marketing y posicionamiento de marcas.

Cambios en los Programas y Docentes. El CESA se reserva el derecho de efectuar los ajustes necesarios para asegurar la adecuada ejecución de sus programas. Estos ajustes pueden incluir, entre otros, cambios en conferencistas o docentes, modalidades y fechas



AÑOS formando los líderes que transforman el país



VIGILADO MINEDUCACIÓN

CON EL CESA APRENDE A LO LARGO DE TU VIDA

Credencial Digital CESA

Docentes Expertos

Flexibilidad

Programas

Rutas de Aprendizaje

Coach Virtual de IA

Bootcamps

Diplomados



Para mayor información escríbenos a nuestra línea de  **WhatsApp**

300 913 3574



[cesa.edu.co](https://www.cesa.edu.co)



CESA



[CESA_edu](https://www.instagram.com/CESA_edu)



[cesa_edu](https://www.twitter.com/cesa_edu)