



PROGRAMA DE DESARROLLO DIRECTIVO

Bogotá, 1 y 2 de Marzo - 2007

INTRODUCCIÓN

Este seminario tiene como propósito ayudarles a los profesionales de marketing a aplicar el ciclo de mejora Seis Sigma conocido como DMAIC (Definir-Medir-Analizar-Mejorar-Controlar), en los procesos estratégicos, tácticos y operacionales de marketing. Seis Sigma es una estrategia de mejora fundamentada en hechos y datos. Los profesionales de marketing se podrán beneficiar al poder contar con mejor información para la toma de decisiones, al poder contar con un sistema robusto que evite la incertidumbre de procesos, que además deben tener un alto contenido de creatividad y de alta velocidad de cambio. El proceso de desarrollo e introducción de nuevos productos se beneficiará de los poderosos instrumentos estadísticos Seis Sigma. Pensar en el proceso de mejora DMAIC en marketing, complementa el trabajo estructurado en ambientes del día a día, muy interiorizado dentro de los profesionales de marketing. Numerosos problemas de pérdida de eficacia de los procesos de marketing pueden ser resueltos y prevenidos empleando instrumentos Seis Sigma.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

En este programa nos concentraremos en la metodología Seis Sigma aplicada a los mencionados procesos de marketing:

- Área estratégica o renovación del proceso de formulación del portafolio
- Área táctica o proceso de comercialización
- Área operacional o gestión del proceso para ir al mercado

Con ejemplos reales, se explicarán cada uno de los conceptos y la forma de llevarlos a la práctica en la empresa. Se describen los métodos estadísticos más utilizados para este tipo de proyectos, se recomiendan líneas de estudio para el desarrollo de proyectos Seis Sigma y se analizan las posibilidades que los sistemas de información (TI – Tecnologías de Información) ofrecen como soporte de los proyectos de mejora.

DURACIÓN

Este seminario tiene una duración de 16 horas, las cuales se cubrirán en dos jornadas de 8 horas cada una.

CONTENIDO

- Análisis de las contribuciones de la estrategia Seis Sigma a la gestión de procesos de marketing.
- Pasos a seguir en un estudio o proyecto de mejora Seis Sigma (DMAIC) y los métodos tradicionales empleados.
- Análisis de los ciclos de tiempo del proceso y de las tareas de marketing
- Creación de un equipo para el proyecto Seis Sigma. Alternativas de proyecto, complejidad y alcance.
- Preparando el equipo de proyecto. Roles, funciones y programa de trabajo en un proyecto Green Belt.
- Seleccionando el proyecto y preparando el ciclo de mejora (Road Map)
- Aplicación de la metodología Seis Sigma en el proceso estratégico de marketing: renovación del portafolio, fases y técnicas.
- Aplicación de la metodología Seis Sigma al proceso táctico de marketing: comercialización
- Aplicación de la metodología Seis Sigma al proceso operacional de marketing: pos lanzamiento y ventas

METODOLOGÍA

Se realizarán presentaciones y conferencias sobre los temas conceptuales. Se estudiará un caso exitoso y se plantearán talleres que ayuden a traducir los conceptos presentados en recomendaciones para la práctica inmediata en su organización.

DIRECTOR

Sr. Humberto Alvarez Laverde. MBA por el IESE Business School (Universidad de Navarra). Formado en dirección en el Instituto Asia Bunka Kankan de Tokio. Profesor en los programas MBA Executive de la Escuela de Administración de Empresas (EAE) de Barcelona, Escuela Politécnica Mondragón (País Vasco) y de la Fundación Estema (Valencia). Formador en programas de Desarrollo Directivos de la Asociación para el Progreso de la Dirección, TEAM 2000 y Advanced Management Systems Ltd. Actualmente ocupa el cargo de Director General de la firma de tecnología Advanced Productive Solutions, S.L. en Barcelona, España. Ha colaborado como consultor en varias organizaciones, destacando las siguientes: Belcorp, Mahle Group, Nestlé Water, Zahonero Group, Hero de España y otras.