

HSM SEMINARIOS

Un día con
**FERNANDO
TRÍAS DE BES**



INNOVAR CON RESULTADOS

MARKETING LATERAL Y OTROS MÉTODOS DE INNOVACIÓN EN LA PRÁCTICA

25 de junio. Madrid | HOTEL CONFOTEL PÍO XII

marketing



Un día con...

FERNANDO TRÍAS DE BES

Fernando Trías de Bes es licenciado en Ciencias Empresariales y MBA por ESADE y la University of Michigan. En 1996, fundó Salvetti & Lombart, una empresa especializada en Inteligencia del Consumidor y Consultoría de Innovación de ámbito internacional. Ha participado en todo tipo de estudios sectoriales de la mayor parte de los países de Europa. Entre sus clientes, destacan empresas como Orange, Jazztel, Vodafone, Telefónica, Nestlé, Pepsico, Hewlett-Packard, Mercedes-Benz, Credit Suisse, Winterthur, Sony Corporation, Moët Chandon, Bongrain, Bacardi, Chupa-Chups, entre otras.

Desde 1992, Trías de Bes imparte con regularidad clases de marketing en ESADE, formando parte del Departamento de Dirección de Marketing como profesor asociado. Es actualmente miembro del claustro de profesores de ESADE y centra su actividad académica en el Executive Education, impartiendo seminarios de Alta Dirección. Inició su actividad como conferenciante en 2003. Desde entonces, ha participado como ponente en múltiples congresos y foros, tales como Expomanagement, Java Expo, el UK y European Marketing Forum, o el Western Europe

Marketing Forum, entre otros. Ha actuado asimismo como ponente, abordando temas de marketing, innovación o actitud ante el cambio, en múltiples eventos privados organizados por empresas como: Coca-Cola, Gobierno Aragonés, Junta de Extremadura, Caja de Navarra, La Caixa de Pensions, Gobierno de Baleares, Randstad, Asociación Portuguesa de Empresas de la Distribución, Decathlon, Heineken o IESE, entre otras.

Fernando Trías de Bes es coautor junto a Philip Kotler de *Lateral Marketing: New Techniques for Finding Breakthrough Ideas*, un libro sobre innovación en marketing publicado en todo el mundo. También es coautor junto con Álex Rovira de *La Buena Suerte, claves de la prosperidad*, una fábula sobre el factor suerte que ha sido traducido a 37 idiomas y que vendió más de dos millones de copias en el primer año de su publicación. Ha escrito otras obras tales como: *El vendedor de tiempo*, *Relatos Absurdos*, *Palabras Bajo el Mar*, *El coleccionista de sonidos* y su último ensayo es *El libro negro del emprendedor*. Trías de Bes es colaborador habitual de El País Semanal y del suplemento "Dinero" de La Vanguardia.

Marketing



Desde la publicación del libro *Marketing Lateral* por Fernando Trías de Bes y Philip Kotler, diferentes empresas líderes en sus respectivos mercados han venido utilizando este método para la generación de ideas y para dinamizar la capacidad innovadora de sus departamentos de marketing. Tras cinco años de investigación en diversos y variados sectores de actividad, ha llegado el momento de dar a conocer los aspectos prácticos que aseguran la eficiencia en la utilización del Marketing Lateral.

Por este motivo, HSM organiza este Seminario dirigido a la dirección de los departamentos de Marketing, Comercial, Investigación y Desarrollo, así como a Directores Generales interesados en incorporar procesos de innovación en sus empresas.

Además de compartir métodos de trabajo empleados con éxito en el pasado, se profundizará en aspectos esenciales que una empresa debe tener en cuenta para aumentar su capacidad innovadora y aprovechar el potencial creativo de las personas.

A través de un contenido profundamente práctico, se darán a conocer herramientas de aplicación inmediata, así como aspectos que son esenciales antes de innovar. El objetivo primordial será maximizar las garantías de todo proceso de innovación.

AGENDA

- SESIÓN 1** PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL MARKETING LATERAL
9:30 - 11:30 hs
- La dinámica de la innovación. Cómo evolucionan los mercados
 - Dos vías para el crecimiento: Innovación Vertical e Innovación Lateral
 - Fundamentos de la creatividad. Por qué la creatividad se excluye del proceso de marketing
 - Pensamiento Lateral + Marketing = Marketing Lateral. Ventajas e inconvenientes
- 11:30 - 12:00 hs CAFÉ
- SESIÓN 2** RECOMENDACIONES PARA LLEVAR A LA PRÁCTICA EL MARKETING LATERAL
12:00 - 13:45 hs
- Innovation Review: el paso previo para evitar “reinventar la rueda”
 - En innovación no vale todo: restricciones clave
 - Rutas de innovación: creatividad libre no significa ausencia de límites
 - Técnicas y trucos para generar un alto número de desplazamientos con pocos recursos
 - Cómo clasificar, ordenar, priorizar y trabajar con los desplazamientos
- 13:45 - 15:15 hs DESCANSO
- SESIÓN 3** LA HORA DE LA VERDAD: CONEXIONES, IDEAS, CONCEPTOS E INNOVACIÓN
15:15 - 16:30 hs
- Método de trabajo para realizar conexiones
 - Cómo validar el potencial de las nuevas ideas
 - Cómo asegurar la “incrementalidad” en innovación
 - Recomendaciones para definir un nuevo concepto
 - Clasificación y priorización de ideas
- 16:30 - 17:00 hs CAFÉ
- SESIÓN 4** MECANISMOS CLAVE PARA TRANSFORMAR UNA EMPRESA “ME TOO” EN UNA EMPRESA INNOVADORA
17:00 - 18:15 hs
- Inhibidores más comunes que coartan la innovación de la gente en la empresa
 - Procesos de innovación y plan de creatividad
 - Qué debe hacerse y evitarse para que un equipo produzca nuevas y buenas ideas
- CIERRE** RELACIÓN ENTRE CREATIVIDAD, INNOVACIÓN, CRECIMIENTO Y RETENCIÓN DEL TALENTO

Patrocinador:



Colaboradores:



Medios colaboradores:



Apoyo:



hsmglobal.com

HSM ESPAÑA
C/ Zurbano 45,
5ª planta. 28010
Madrid. España.
Tel. 902 528 777
Fax: 902 528 778
hsmglobal.com/es
seminarios.es@hsmglobal.com

PRÓXIMOS EVENTOS 2008

EXPOMANAGEMENT 2008

4 y 5 de junio. Madrid

HSM Seminarios - Liderazgo con Álex Rovira

24 de junio. Madrid

FORUM MUNDIAL DE GESTIÓN DE PERSONAS

20 y 21 de octubre. Lisboa

22 y 23 de octubre. Barcelona

FORUM MUNDIAL DE MARKETING Y VENTAS

24 Y 25 de noviembre. Lisboa

25 y 26 de noviembre. Barcelona