

HACIENDO NEGOCIOS EN ESTADOS UNIDOS - CICLO DE MODA

TALLER

¿CÓMO NAVEGAR CON ÉXITO EL NEGOCIO DE LA MODA EN EE. UU.?

OBJETIVO: EMPODERAR A LOS PROFESIONALES DE LAS MARCAS DEMODA CHILENAS CON CONOCIMIENTOS SOBRE EL PANORAMA EMPRESARIAL DE EE. UU., ENFOCÁNDOSE EN LA ESTRUCTURA DEL MERCADO, LAS TENDENCIAS COMERCIALES CLAVE Y LA COMPRESIÓN DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA DE MIAMI.



martes 02 de abril 2024 | 09:30 a 10:20 hrs.

ONLINE

PROGRAMA

1. Introducción (5 minutos)

- Bienvenida y descripción general del taller.
- Breve Introducción del Facilitador y Participantes

2. Comprender la estructura del mercado (15 minutos)

a. Segmentación de mercado

- Descripción general de la segmentación del mercado de la moda estadounidense.
- Identificación de segmentos clave de consumidores y sus preferencias.

b. Canales de distribución

- Exploración de diversos canales de distribución en EE.UU.
- Comercio electrónico frente a tiendas físicas: tendencias y desafíos (comprender las ventanas emergentes)

c. Panorama competitivo

- Análisis de los principales competidores y jugadores emergentes (uso de la herramienta A,B,C para benchmarking)
- Comprender las ventajas y amenazas competitivas.

d. Entorno regulatorio

- Breve descripción general de las regulaciones relevantes que afectan a la industria de la moda.
- Discusión sobre cumplimiento y potencial impacto en las operaciones comerciales.

3. Tendencias comerciales clave (10 minutos)

a. Información de inteligencia de mercado

- Presentación de datos y insights de nuestra División de Investigación de Mercado
- Identificación de tendencias emergentes y comportamiento del consumidor.

b. Sostenibilidad y Prácticas Éticas

- Visión general de la creciente importancia de la sostenibilidad en la industria de la moda.
- Discusión sobre expectativas del consumidor y mejores prácticas.

c. Integración de tecnología

- Impacto de la tecnología en las operaciones comerciales de la moda.
- Estrategias para aprovechar la tecnología para el crecimiento y la eficiencia.

4. La Posición Estratégica de Miami en el Mercado (10 minutos)

a. Descripción general de la escena de la moda de Miami

- Discusión sobre la ventaja estratégica de Miami para que marcas chilenas accedan a EE.UU.
- Estudios de casos de marcas exitosas que aprovechan la posición de Miami.

b. Oportunidades de establecer contactos

- Descripción general de las asociaciones y eventos de la industria en la región.
- Recomendaciones para construir alianzas estratégicas en la región

5. Preguntas y respuestas y debate interactivo (5 minutos)

- Asegurarse de que se hayan abordado todas las preguntas proporcionadas al registrarse para el taller.
- Facilitador que proporciona información y recursos adicionales en función de las consultas de los participantes.

6. Palabras finales (5 minutos)

- Resumen y conclusiones clave
- Fomento del aprendizaje continuo y el networking

Segunda sesión

Fecha: martes

SEGUNDA SESIÓN

TALLER: COMO VENDER MODA AL POR MAYOR EN EE.UU.



martes 09 de abril 2024 | 09:30 a 10:20 hrs.

ONLINE

TEXTO EXPLICATIVO:

Dotar a los profesionales de la moda con el conocimiento y las estrategias para prosperar en el negocio de la moda mayorista en los EE. UU., cubriendo actores clave de la industria, envío directo desde Sudamérica y un posicionamiento de marca efectivo para el éxito mayorista.

PROGRAMA

1. Introducción (5 minutos)

- Bienvenida y descripción general del taller.
- Breve Introducción del Facilitador y Participantes

2. Actores clave de la industria de la moda (15 minutos)

- a. Descripción general de los principales niveles de moda de minoristas y compradores (Incluye 3 niveles: boutiques, tiendas y grandes almacenes).
 - Identificación de actores clave en la industria de la moda estadounidense.
 - Comprender su influencia en el mercado y su alcance en el consumidor.
- b. Importancia de construir relaciones
 - Discusión sobre la importancia de establecer relaciones sólidas con los minoristas.
 - Estudios de casos de colaboraciones exitosas entre marcas y minoristas.
- c. Tendencias en asociaciones minoristas
 - Exploración de las tendencias actuales en asociaciones mayoristas.
 - Oportunidades y desafíos en la colaboración con minoristas establecidos.

3. Envío directo desde Sudamérica (10 minutos)

- a. Explorando América del Sur como centro de abastecimiento
 - Descripción general de los países de América del Sur como posibles socios de abastecimiento
 - Ventajas y desafíos del dropshipping desde la región
- b. Consideraciones sobre logística y cadena de suministro
 - Discusión sobre logística y gestión de la cadena de suministro cuando se realiza dropshipping desde Sudamérica.
 - Estrategias para superar posibles desafíos
- c. Estudios de casos e historias de éxito (algunos de los puntos anteriores se abordarán directamente a través de estudios de caso)
 - Muestra de marcas exitosas que utilizan drop-shipping desde Sudamérica.
 - Lecciones aprendidas y mejores prácticas para operaciones fluidas

4. Posicionamiento de su marca para el éxito mayorista (narración de historias y desarrollo empresarial) (10 minutos)

a. Elaborando la historia de tu marca

- Importancia del storytelling en el desarrollo de marca.
- Consejos prácticos para crear una narrativa de marca convincente.

b. Estrategias de desarrollo empresarial

- Identificar y dirigirse a los socios mayoristas adecuados
- Creación de propuestas de valor añadido para los minoristas.

c. Apoyando a los minoristas que venden su marca

- Discusión sobre formas de brindar apoyo a los minoristas que llevan su marca.
- Estrategias colaborativas de marketing, formación y promoción.

5. Preguntas y respuestas y debate interactivo (5 minutos)

- Invitar a los participantes a hacer preguntas y compartir ideas.
- Facilitador que proporciona información y recursos adicionales según las consultas de los participantes.

6. Palabras finales (5 minutos)

- Resumen y conclusiones clave
- Fomento de la creación de redes y la colaboración continuas

TERCERA SESIÓN

TALLER: COMO DOMINAR LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y COSTOS EMPRESARIALES PARA MARCAS DE MODA EN EE. UU.



martes 16 de abril 2024 | 09:30 a 10:20 hrs.

ONLINE

Texto explicativo:

Empoderar a los profesionales de la moda con el conocimiento y las estrategias para desarrollar estrategias de precios efectivas y comprender los costos reales de hacer negocios en los EE. UU., incluida la gestión del presupuesto.

PROGRAMA

1. Introducción (5 minutos)

- Bienvenida y descripción general del taller.
- Breve Introducción del Facilitador y Participantes

2. Importancia de la estrategia de precios (10 minutos)

- a. Descripción general de los precios en la industria de la moda
 - Comprender la importancia de los precios en un mercado competitivo.
 - Factores que influyen en las decisiones de precios.
- b. El impacto de los precios en la percepción de la marca
 - Discusión sobre cómo los precios afectan la imagen de marca y la percepción del cliente.
 - Equilibrar el valor percibido con los costos reales.

3. Costo real de hacer negocios en EE. UU. (15 minutos)

- a. Identificación de costos operativos
 - Desglose de costos operativos fijos y variables en EE.UU.
 - Consideraciones para la fabricación, logística y distribución.
- b. Costos regulatorios y de cumplimiento
 - Descripción general de los requisitos reglamentarios que afectan a la industria de la moda.
 - Elaboración de presupuestos para cumplimiento y aseguramiento de la calidad.
- C. Investigación de Mercado para la Decisión de Precios
 - Utilizar estudios de mercado para comprender los precios de la competencia.
 - Estrategias para fijar precios competitivos pero rentables

4. Estrategias de gestión (10 minutos)

- a. Crear un presupuesto integral
 - Componentes de un presupuesto exhaustivo para las empresas de moda.
 - Asignar recursos de manera efectiva
- b. Planificación de contingencias
 - Importancia de la planificación de contingencias en la gestión presupuestaria
 - Tener expectativas realistas sobre hacer negocios en EE.UU.
- C. Centrándose en colaboraciones/alianzas eficientes
 - Herramientas y técnicas para el seguimiento del desempeño empresarial.
 - Realizar colaboraciones/alianzas estructuradas.

5. Preguntas y respuestas y debate interactivo (5 minutos)

- Invitar a los participantes a hacer preguntas y compartir ideas.
- Facilitador que proporciona información y recursos adicionales según las consultas de los participantes.

6. Palabras finales (5 minutos)

- Resumen de conclusiones clave
- Estímulo a la aplicación de estrategias de precios y gestión presupuestaria eficaz