

5.0

Comentarios (6)

Abraham Geifman

Ciudad De México, México
Conferencista | Capacitador | Docente

País de residencia: México

Nacionalidad: México

Idiomas: Español, Hebreo, Inglés

Áreas de conocimiento

Social Selling, Customer journey (Mapa de interacción marca-usuario), Estrategia digital, Omnicanalidad, Comercio electrónico, Social media marketing, Marketing financiero.

Descripción del perfil

Soy mexicano, consultor y estratega digital. Licenciado en Comunicaciones por la Universidad Nuevo Mundo, con pos-grados en Mercadotecnia (UIA), Finanzas (ITAM), Gerencia de Ventas (ITAM) y Habilidades Directivas (ITESM). Consultor de empresas, conferencista y catedrático de posgrado en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) desde el 2001 y en la Universidad Anáhuac desde el 2013. Primer estratega en América Latina con las certificaciones SOSTAC® y RACE® para el diseño de estrategias digitales. Con más de 25 años de experiencia en Publicidad y Mercadotecnia en empresas como: Ogilvy & Mather, Seagram, Cadbury Schweppes, Quaker Oats, Schering Plough, Mc Graw Hill, Becton Dickinson, Pilgrim's Pride, IBM y SAP. Columnista en Expansión desde el 2008 y Merca 2.0 desde el 2011. Más de 60 conferencias impartidas en congresos, universidades e instituciones privadas. Autor de los libros "Mercadotecnia Digital con Salsa", Editorial Lagares, 2016 y "Mercadotecnia con Salsa, experiencias locales que enriquecen la teoría global", Editorial Lagares, 2013.

Conferencias, Cursos o Talleres

Curso de Mercadotecnia Digital

Flexible

Proporcionar a los participantes herramientas necesarias para entender el valor, de la mercadotecnia digital, su relevancia y los diferentes medios para ejecutar estrategias de valor.

Comercio Electrónico y omnicanalidad

Flexible

Proporcionar a los participantes herramientas para el exitoso montaje de un canal de comercio electrónico o la optimización del mismo hacia un negocio exitoso y rentable.

Ventas consultivas

Sin especificar

Proporcionar a los participantes herramientas necesarias para entender el valor, planear y efectuar actividades de venta efectivas, rentables y sustentables, a partir de una metodología de venta consultiva.

Social media marketing / formación de Community Managers

Sin especificar
Proporcionar a los participantes herramientas necesarias para el entendimiento gestión, análisis y mejora continua en la administración de canales de comunicación digitales, como son las redes sociales, blogs y estrategias de contenidos.

Taller de Forecast accuracy

Flexible
Reducir el índice de días de inventario, hasta llegar al target de 100 días a total compañía. Incrementar el Cash Flow a partir de un menor costo de inventarios y de un eficiente manejo de los mismos. Proporcionar a los participantes todas las herramientas necesarias para la elaboración de pronósticos asertivos de ventas, producción y suministro.

Programa de Social Selling

Flexible
El objetivo de este programa es entrenar a profesionales de las diferentes empresas que estén involucrados en las áreas de negocio, a sacar partido a las redes sociales LinkedIn y Twitter, desarrollando primeramente una marca personal profesional que les permita conseguir: MAS VISIBILIDAD MAS COMPETIVIVIDAD MAS DIFERENCIACION MAS BRANDING MAS OPORTUNIDAD

Customer Journey y audiencias digitales.

4 Horas o más

Cómo se construye un "viaje del cliente" y su mapeo, a partir de diversas técnicas de Design Thinking.

Experiencias

Director General / Fundador

Geifman Consulting

2018 - Actual

Director de Mercadotecnia Digital Para Latinoamérica

SAP

2015 - 2018

Consultor en Marketing y Comercio Electrónico

IBM

2009 - 2015

Director de Mercadotecnia

Pilgrims Pride

2004 - 2009

Estudios

Programa de Alta Dirección de Empresas

Instituto Tecnológico y de estudios superiores de Monterrey

2004

Posgrado en Gerencia de Ventas

Instituto Tecnológico Autónomo de México

2000

Posgrado en Finanzas

Instituto Tecnológico Autónomo de México

1999

Posgrado en Mercadotecnia

Universidad Iberoamericana

1993

Licenciado en Comunicaciones

Universidad Nuevo Mundo

1992

Libros

Mercadotecnia con Salsa, experiencias locales que enriquecen la teoría global.

Compendio de vivencias y documentos sobre la aplicación de la teoría mercadológica en la práctica latinoamericana. Editorial Lagares, 2013

Mercadotecnia Digital con Salsa

Segundo texto sobre las más importantes vivencias locales de la mercadotecnia digital, que ayudan a la orientación del lector. Editorial Lagares, segunda edición 2019

Artículos

Columnista en Merca 2.0

Formo parte del equipo de columnistas del portal Merca 2.0 desde el 2011, con más de 300 artículos publicados.

https://www.merca20.com/author/ageifman/

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/abraham