

China para pymes en 8 sesiones

INTRODUCCIÓN

En la situación actual destaca, todavía más, Asia Oriental como mercado de oportunidad. Las economías de China y Taiwán están en el centro de la recuperación económica y aparecen como “mercados de oportunidad” para las empresas navarras.

Pero ¿Cómo pueden las empresas navarras aprovechar las oportunidades de estos grandes y complejos mercados? El conocimiento, la precaución, un marketing adecuado y el uso del comercio electrónico son claves. El Gobierno de Navarra ha reunido una serie de expertos que nos aproximen a los fundamentos de la operativa práctica para su internacionalización en China y Taiwan.

Andrés Herrera-Feligueras, socio director de **HERRERA ZHANG** compartirá los **elementos que debe tener una estrategia de internacionalización** de una empresa navarra hacia China y Taiwán así como la hoja de ruta básica para ponerse en marcha.

Isabel Cortés, directora de relaciones internacionales de **PONS IP**, abordará **la propiedad industrial e intelectual**, explicando aspectos claves en la protección de activos

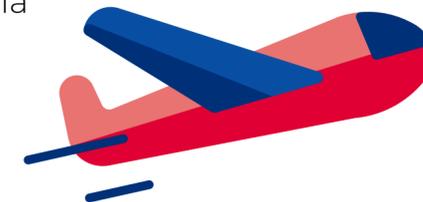
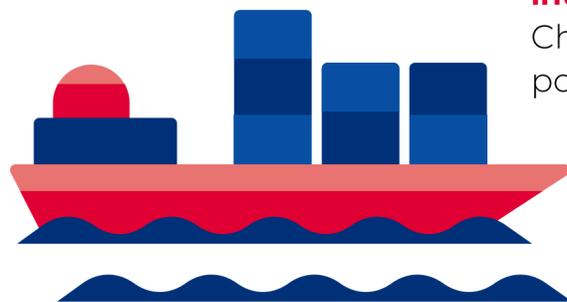
intangibles, los procesos y estrategias de registro en China.

Para facilitar el trabajo de los profesionales del área de ventas y marketing para adaptar sus activos digitales al mercado chino Roger Nierga, CEO de **THE CHINESE BOX**, nos ayudará a **Soñar con China** explicándonos el ecosistema digital chino, para pasar a adaptar nuestra marca y diseñar la estrategia digital necesaria para el éxito en China y Taiwan.

Si una empresa navarra quiere explorar las posibilidades del comercio electrónico en China y Taiwan, le interesarán los consejos que da el equipo de **2 OPEN CHINA E-COMMERCE**. Luis Galán, fundador y CEO, ofrecerá una **panorámica del marketing y las ventas on-line en China**; Rafa Galán “Perpe”, director de business intelligence, ayudará a las empresas a realizar un autodiagnóstico del mercado, Xiaochen Cao, directora de marketing de contenidos, facilitará contenidos para el desarrollo de un Manual de Marca para redes sociales y, finalmente, la ponencia de Carlos Caballero, director de account management, girará en torno a los modelos de negocio y las políticas de precio.

Organizan:

Colaboran:



China para pymes en 8 sesiones



Organizan:

Colaboran:

 HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

 ZOPEN



MÓDULO 1

FUNDAMENTOS BÁSICOS EN LA ESTRATEGIA CHINA DE UNA PYME

SESIONES: 1 (2h./ Sesión)

策略

Todos los datos apuntan a Asia-Pacífico como el área de mayor crecimiento económico en el planeta. En el mundo post-coronavirus China y Taiwán destacan por estar en el centro de la recuperación y empresas de todo el mundo eligen estos mercados como territorio de oportunidad y posicionamiento estratégico.

¿Cómo pueden las empresas navarras aproximarse a estos mercados? ¿Qué elementos son básicos a la hora de desarrollar una hoja de ruta que nos permita entrar en el mercado chino y taiwanés minimizando los riesgos?

Este seminario tiene como objetivo proporcionar información a los directivos de las pymes navarras sobre el rol económico del Mundo Chino en el mundo post-covid 19, los sectores de oportunidad y los elementos básicos que toda empresa, especialmente las pymes, deben considerar en su estrategia hacia los mercados de China y Taiwán

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

ZOPEN



MÓDULO 2

SESIÓN 2

FECHA: 8/10/2020

PONENTE:



Isabel Cortés, directora de relaciones internacionales de PONS IP

CONTENIDO:

- ❖ Qué es la IP
- ❖ El valor de la IP para mi modelo de negocio
- ❖ Claves para transformar el conocimiento en resultados
- ❖ Protección y Defensa de mis activos intangibles en China.
- ❖ Recomendaciones para afrontar la estrategia de registro en China

CLAVES PARA PROTEGER LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN CHINA

SESIONES: 1 (2h. / Sesión)

專利

El curso pretende concienciar a los asistentes de los beneficios que tiene conocer el valor que aportan los activos intangibles a las empresas, independientemente de su tamaño o estado de madurez. La protección y la defensa de la propiedad industrial e intelectual permite monetizar a las empresas no solo su posición en el mercado, sino también sus innovaciones y tecnologías que la convierten en única o diferente a sus competidores.

Las leyes de propiedad industrial e intelectual son diferentes en cada país y se aplican de manera distinta en función del tipo de activo intangible del que se trate, pero todas tienen ciertos aspectos básicos comunes que se reflejarán a lo largo de las sesiones. Una temprana toma de decisiones y su protección estratégica son del todo temas prioritarios para cualquier empresa que quiera hacer negocios en el mercado chino. En el programa se analizan cuáles son las herramientas jurídicas disponibles, cómo usarlas de una manera eficaz e interesantes consejos para que su puesta en práctica sea exitosa.

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

ZOPEN

TH
CHNS
BX

PONS
IP

MÓDULO 3:

PONENTE:



Roger Nierga.

CEO de THE CHINESE BOX

SOÑAR CON CHINA: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES

SESIONES: 2 (2h. / Sesión)

品牌

¿Está el mercado chino al alcance de una pyme navarra? ¿Realmente es tan importante el mundo digital en China? ¿Cómo deberíamos poner a punto nuestras estrategias de marketing para entrar en el gigante asiático? Este módulo intenta dar respuesta a estas y muchas otras preguntas que pueden surgir a una pyme con vocación internacional que sueña con entrar en uno de los mercados de mayor tamaño y con más músculo económico del mundo.

¿Está el mercado chino al alcance de una pyme navarra? ¿Realmente es tan importante el mundo digital en China? ¿Cómo deberíamos poner a punto nuestras estrategias de marketing

Un plan de marketing para el mercado chino pasa, sin ninguna duda, por diseñar una estrategia digital. Las redes sociales son el mejor y más rápido medio de propagación de opiniones que existe en China. Hacer pedagogía para vender un producto o servicio en ellas requiere tiempo y saber cómo y dónde hacerla.

El objetivo de este curso es facilitar una serie de buenas prácticas para adaptar los activos digitales de una pyme al público chino.

En definitiva, un curso pensado para profesionales de las áreas de ventas y marketing, con o sin conocimientos previos, interesados en establecer, ampliar y consolidar la presencia online de su marca en el mercado chino.

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

ZOPEN

TH
CHNS
BX

PONS
IP

MÓDULO 3:

FECHA: 22/10/2020

PONENTE:



Roger Nierga.

CEO de THE CHINESE BOX

SESIÓN 4

Juntando las piezas: diseño de una estrategia digital para el mercado chino

- ❖ Construyendo marca
- ❖ Recomendaciones para la arquitectura de una estrategia digital para China
- ❖ Casos de estudio.
- ❖ Turno de preguntas

SOÑAR CON CHINA: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA PYMES

SESIONES: 2 (2h. / Sesión)

品牌

¿Está el mercado chino al alcance de una pyme navarra? ¿Realmente es tan importante el mundo digital en China? ¿Cómo deberíamos poner a punto nuestras estrategias de marketing para entrar en el gigante asiático? Este módulo intenta dar respuesta a estas y muchas otras preguntas que pueden surgir a una pyme con vocación internacional que sueña con entrar en uno de los mercados de mayor tamaño y con más músculo económico del mundo.

¿Está el mercado chino al alcance de una pyme navarra? ¿Realmente es tan importante el mundo digital en China? ¿Cómo deberíamos poner a punto nuestras estrategias de marketing

Un plan de marketing para el mercado chino pasa, sin ninguna duda, por diseñar una estrategia digital. Las redes sociales son el mejor y más rápido medio de propagación de opiniones que existe en China. Hacer pedagogía para vender un producto o servicio en ellas requiere tiempo y saber cómo y dónde hacerla.

El objetivo de este curso es facilitar una serie de buenas prácticas para adaptar los activos digitales de una pyme al público chino.

En definitiva, un curso pensado para profesionales de las áreas de ventas y marketing, con o sin conocimientos previos, interesados en establecer, ampliar y consolidar la presencia online de su marca en el mercado chino.

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

ZOPEN



MÓDULO 4:

CURSO PRÁCTICO PARA LA VENTA ONLINE Y EL MARKETING ONLINE EN CHINA

SESIONES: 4 (2h. / Sesión)

行銷

Las estrategias comerciales hacia el mercado chino pasan por el uso eficiente de las plataformas de comercio electrónico y las estrategias efectivas de marketing online. Las posibilidades que ofrecen las plataformas de comercio

electrónico chinas son múltiples. Sin embargo, no todas las empresas españolas saben si están preparadas, conocen las dificultades o saben desarrollar una estrategia de venta y marketing online adecuadas para aprovechar las oportunidades existentes. Este curso es una oportunidad para conocer de primera mano esta realidad y recibir una respuesta individualizada a cada una de estas preguntas.

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

ZOPEN

TH
CHNS
BX

PONS
IP

CURSO PRÁCTICO PARA LA VENTA ONLINE Y EL MARKETING ONLINE EN CHINA

SESIONES: 4 (2h. / Sesión)

行銷

Las estrategias comerciales hacia el mercado chino pasan por el uso eficiente de las plataformas de comercio electrónico y las estrategias efectivas de marketing online. Las posibilidades que ofrecen las plataformas de comercio

electrónico chinas son múltiples. Sin embargo, no todas las empresas españolas saben si están preparadas, conocen las dificultades o saben desarrollar una estrategia de venta y marketing online adecuadas para aprovechar las oportunidades existentes. Este curso es una oportunidad para conocer de primera mano esta realidad y recibir una respuesta individualizada a cada una de estas preguntas.

MÓDULO 4:

FECHA: 5/11/2020

PONENTE:



Rafa Galán "Perpe", Director de Business Intelligence en 2 Open China E-Commerce

SESIÓN 6:

Como llevar a cabo un autodiagnóstico de mercado.

- ❖ Se presentarán varias prácticas de las obtenidas en la sesión anterior y se comentarán abiertamente entre todos
- ❖ Perpe expondrá más sobre análisis de datos y herramientas

Hablará sobre el manual de marca y calendario editorial y propondrá el ejercicio práctico para la siguiente sesión.

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

2OPEN

TH
CHNS
BX

PONS
IP

CURSO PRÁCTICO PARA LA VENTA ONLINE Y EL MARKETING ONLINE EN CHINA

SESIONES: 4 (2h. / Sesión)

行銷

Las estrategias comerciales hacia el mercado chino pasan por el uso eficiente de las plataformas de comercio electrónico y las estrategias efectivas de marketing online. Las posibilidades que ofrecen las plataformas de comercio

electrónico chinas son múltiples. Sin embargo, no todas las empresas españolas saben si están preparadas, conocen las dificultades o saben desarrollar una estrategia de venta y marketing online adecuadas para aprovechar las oportunidades existentes. Este curso es una oportunidad para conocer de primera mano esta realidad y recibir una respuesta individualizada a cada una de estas preguntas.

MÓDULO 4:

FECHA: 12/11/2020

PONENTE:



Xiaochen Cao, Directora de Marketing de Contenidos en 2 Open China E-Commerce

SESIÓN 7:

Infraestructura básica para posicionarse en China: el Manual de marca para las redes sociales en China

- ❖ Se presentarán y debatirán ejercicios prácticos hechos por participantes
- ❖ Xiaochen expondrá sobre contenidos en China

Se introducirá la Excel de plan de negocio

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

2OPEN



CURSO PRÁCTICO PARA LA VENTA ONLINE Y EL MARKETING ONLINE EN CHINA

SESIONES: 4 (2h. / Sesión)

行銷

Las estrategias comerciales hacia el mercado chino pasan por el uso eficiente de las plataformas de comercio electrónico y las estrategias efectivas de marketing online. Las posibilidades que ofrecen las plataformas de comercio

electrónico chinas son múltiples. Sin embargo, no todas las empresas españolas saben si están preparadas, conocen las dificultades o saben desarrollar una estrategia de venta y marketing online adecuadas para aprovechar las oportunidades existentes. Este curso es una oportunidad para conocer de primera mano esta realidad y recibir una respuesta individualizada a cada una de estas preguntas.

MÓDULO 4:

FECHA: 19/11/2020

PONENTE:



Carlos Caballero, Director de Account Management en 2 Open China E-Commerce

SESIÓN 8:

Infraestructura para posicionarse en venta online en China y modelos de negocio y políticas de precio

- ❖ Se debatirán entre todos ejercicios prácticos, de excels hechas
- ❖ Carlos profundizará en otros aspectos de la venta online, qué hace falta para estar vendibles en China

Organizan:

Colaboran:

HERRERA ZHANG
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

2OPEN





H E R R E R A Z H A N G
CONSTRUIMOS RELACIONES VALIOSAS

HERRERA ZHANG

Firma nacida con la misión de facilitar las relaciones entre el Mundo Chino, España y América Latina. Ofrecemos conocimiento, construimos relaciones valiosas y acompañamos a nuestros clientes en el logro de sus objetivos. Desde 2017 venimos colaborando con Gobierno de Navarra en su estrategia hacia China.

PONS IP

Somos una firma global de propiedad industrial e intelectual que ofrece un servicio integral a nivel mundial. Nuestro mayor objetivo es mejorar la competitividad de nuestros clientes definiendo estrategias de protección y defensa de derechos de propiedad industrial e intelectual



THE CHINESE BOX

Es la nueva identidad de Fengling 鳳靈, agencia pionera en España en la conceptualización y diseño de estrategias de marketing digital para China, con clientes como Casa Batlló, el grupo Pilma, la Fundación Consejo España-China o la Asociación del Paseo de Gracia de Barcelona.



2OPEN

2 OPEN CHINA E-COMMERCE

Firma española de referencia en el comercio electrónico con China. Sus áreas de trabajo son la estrategia digital, el comercio electrónico y el marketing de resultados. Con un equipo es europeo y chino aprenden en tiempo real para transferir con velocidad las mejores prácticas a sus clientes.

Organizan:

Colaboran:

