

ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LOS TALLERES

mix ideas, si propone el desarrollo de talleres que permitan entender de qué manera se pueden descodificar movimientos específicos en acciones reales de comercialización.

En febrero vamos a comenzar talleres de fin de semana que se realizarán a razón de 1 al mes.

El principal objetivo que pretendemos alcanzar con este taller intensivo es el de movilizar y generar nuevas ideas y formas de enfocar los diferentes negocios.

Entender de qué manera las pequeñas pautas de comportamiento de los consumidores pueden ser aprovechadas por cualquiera que se pare a observarlas, y cómo aprendiendo a observar y analizar, podemos entender cómo se generan y se pueden descodificar las tendencias y/o movimientos sociales específicos.

TALLER DE FIN DE SEMANA

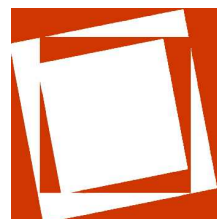
La metodología del taller será eminentemente práctica, de manera que los/as asistentes aprendan a ver de manera diferente desde el primer día el mundo que les rodea.

La semana anterior cada participante recibirá la información necesaria para realizar el rastreo individual sobre el que se trabajará el fin de semana. En esta actividad contarán con el apoyo de los facilitadores con los que pueden estar comunicados o consultar las dudas que esta actividad les genere.

El siguiente fin de semana será de trabajo en grupo; máximo 20 personas con dos facilitadores.

Trabajaremos viernes por la tarde y sábado por la mañana.

El precio: **250 euros** (+ IVA).



EQUIPO DE TRABAJO

Como responsable del taller está José Luis Alderete Vincent, socio de mix ideas, sl y como facilitadores en los talleres habrá Analistas expertos en el rastreo y análisis de tendencias.

mix ideas, sl.

somos una compañía que tiene dos líneas de negocio básicas:

- la observación y el análisis de las tendencias y movimientos sociales
- el análisis y la construcción del concepto marca entre las personalidades

Actualmente mix ideas basa su línea de trabajo en la elaboración de dossiers de conocimiento, elaboración de talleres/ workshops, arquitectura de marca e investigación social.

En su corta trayectoria, mix ideas cuenta con clientes como

- Lan Ekintza (Bilbao), Cein (Navarra), Iniciativa Joven (Extremadura)
- Personality Media
- Sofoco
- Instituto Europeo del Diseño
- ESEM
- Cámara de Comercio de Barcelona
- Innovación Media
- AEDEMO
- Barcelona Moda Centre

SI QUIERES MÁS INFORMACIÓN DINOSLO: ideas@mixideas.com

