



Marketing Empresarial

 Duración: 25.00 horas

Descripción

En este curso aprenderemos las técnicas más eficaces del marketing: segmentación de mercado, marketing mix, políticas y directrices, información de mercado, planificación de medios y marketing directo. El objetivo es obtener un conocimiento práctico y profundo de los puntos clave que nos permitirán alcanzar la mejor posición competitiva de nuestra empresa, aprovechando todas las técnicas y herramientas que el marketing pone a nuestra disposición.

Objetivos

Aprender a utilizar las técnicas de marketing para conseguir un mejor posicionamiento de las mismas ante la competencia:

- Marketing de servicios
- Segmentación del mercado
- Marketing Mix
- Políticas y directrices
- Información de mercado
- El Plan de Marketing
- Plan de medios: comunicación, marca, publicidad, relaciones públicas
- Marketing directo: venta personal, fidelización, e-marketing, lpd

Contenidos

UNIDAD 1 - FUNDAMENTOS DEL MARKETING

- Concepto de marketing estratégico

- Fundamentos del marketing
- Visión histórica del marketing
- Producto VS Servicio
- Marketing de servicios: Diferencias
- Marketing estratégico versus marketing operativo

UNIDAD 2 - SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. EL MERCADO OBJETIVO

- Mercados y segmentos
- Influyentes en el consumidor
- Motivación
- Segmentación del mercado
- Tipos de Segmentación
- Mercado meta
- Autopráctica - Orientación del marketing
- Autopráctica - Segmentación

UNIDAD 3 -EL MARKETING MIX. ELEMENTOS Y ESTRATEGIAS

- Marketing mix
- Posicionamiento
- ¿Cómo hacer que el cliente piense en mí?
- Autopráctica - Posicionamiento
- Autopráctica - mejorar el posicionamiento de una empresa

- Producto
- Ciclo de vida del producto
- Autopráctica - Producto
- Política de precios
- El precio
- Criterios de fijación de los precios
- Los modelos de fijación de precios
- Construcción de precios - Punto muerto
- Construcción de precios mediante márgenes
- Fijación de los precios en base a la competencia
- Fijación de precios en función de la demanda
- Definir un precio para un producto nuevo
- ¿Cuándo se puede alterar un precio?
- Autopráctica - Fijación de precios
- Estrategias de distribución
- La Franquicia y Cobranding
- Las 3 Ps del sector servicios

UNIDAD 4 - POLÍTICAS Y DIRECTRICES DEL MARKETING

- Diseñar una estrategia de marketing
- Autopráctica - Visión y misión
- Políticas y estrategias

- La cadena de valor en el marketing estratégico
- Cadena de valor
- Autopráctica - Toma de opciones estratégicas
- Análisis competitivo
- La competencia
- Fuerzas competitivas
- Estrategias competitivas
- Autopráctica - Análisis de la competencia
- DAFO
- Autopráctica - DAFO
- Innovación
- Cultura organizativa

UNIDAD 5 - INFORMACIÓN DE MERCADO

- Investigación de Mercado
- El cuestionario
- Estudiar la Demanda en Casa
- Autopráctica - Investigación de mercado

UNIDAD 6 - EL PLAN DE MARKETING

- Elaboración de un plan de marketing
- Plan de Marketing

- Control del plan de marketing
- Autopráctica - Elaboración del plan de marketing
- Autopráctica - Puesta en marcha del plan de marketing
- Autopráctica: Plan de Marketing Estratégico

UNIDAD 7 - PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

- La identidad corporativa y la imagen corporativa
- Imagen e Identidad
- Promoción y Comunicación Mix
- Plan de Comunicación
- La marca
- Marcas
- Características de la Marca
- Construir una marca
- Claves para conseguir el éxito sostenido de la marca
- Publicidad
- Funciones de la publicidad
- Publicidad "above the line"
- Publicidad "below the line"
- Las Relaciones Públicas
- Autopráctica - Características de marca

UNIDAD 8 - MARKETING DIRECTO. TÉCNICAS Y ARGUMENTARIOS

- Marketing Directo
- Ventajas del marketing directo
- Bases de datos como herramientas del marketing directo
- Venta Personal
- Argumentario
- Marketing one to one
- Video Marketing
- Estrategia y difusión: las claves del vídeo marketing
- Permission Marketing
- Marketing permission
- Merchandising
- Promoción
- CRM - Customer relationship management
- Customer Relationship Management
- Los 3 pilares del CRM
- Ventajas del uso del CRM
- e-CRM
- Fidelización
- El Peligro de un Cliente Insatisfecho

- Decálogo para fidelizar clientes
- Trabajar En Entornos Digitales
- Estrategias de captación y fidelización de clientes en la red
- E-Marketing
- Integrar con éxito el canal online en la estrategia de marketing
- E-mail marketing: un arma poderosa en la era digital
- Data Warehouse
- La Ley de Protección de Datos Personales
- Autopráctica - Fidelización
- Autopráctica - Argumentación de la venta