

MARKETING EN LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

LAS NUEVAS RELACIONES,
EL FUTURO DE SUS
CLIENTES ESTÁ EN
SUS MANOS.



EL MARKETING EN LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

LAS NUEVAS RELACIONES, EL FUTURO DE SUS CLIENTES ESTÁ EN SUS MANOS.

¿Cuáles son las señales más evidentes de que es necesario hacer algo para mejorar el marketing?

¿Qué métodos de marketing son más propensos a ser rentables para una pequeña empresa?

¿Voy a necesitar diferentes métodos para diferentes tipos de clientes?

INTRODUCCIÓN

Todas las empresas necesitan vender. Necesitan tener notoriedad en el mercado para que los clientes la consideren como una alternativa dentro de las muchas posibilidades que encuentran. Pero... ¿Cómo diferenciarse en el producto y servicio? La respuesta no es fácil, pero, lo que sí podemos responder es que “haciendo lo que hasta la fecha funcionó no garantizará el futuro”. Por lo tanto, hay que buscar y aplicar nuevas maneras de llegar y estar con el cliente cuando nos necesite.

¿Cuáles son las señales más evidentes de que es necesario hacer algo para mejorar el marketing? La respuesta es “Las ventas son planas y la compañía necesita un crecimiento; Las ventas experimentan temporadas bajas y altas que es necesario equilibrar. Las ventas están bien, pero los márgenes son demasiado bajos”, entre otras. No olvidemos que el peor enemigo del marketing son las ventas apresuradas, cuyo objetivo es realizar la venta a cualquier precio, en lugar de crear un cliente a largo plazo. Por lo tanto, los especialistas en marketing necesitan pensar más en diseñar y ofrecer una experiencia positiva al cliente en lugar de simplemente vender un producto o servicio.

Las empresas en general y las pequeñas en especial, cometen pecados con el marketing que aplican al no estar lo suficientemente enfocada al mercado ni orientada al cliente. La empresa no comprende lo suficiente a sus clientes objetivo, si conoce a su competencia. Necesita, por lo tanto, un plan de actuación de marketing en el que se definan sus políticas de productos y servicios y consolidar su imagen de marca.

El plan de marketing actual exige el uso combinado de herramientas online y offline, así nace Blended Marketing, concepto que integra las nuevas posibilidades del marketing digital con los formatos y medios tradicionales, combinación que refuerza los valores de marca. Los medios digitales abren muchas oportunidades a las empresas pequeñas.

Con esta formación el alumno encontrará respuestas a sus inquietudes iniciales como profesional o empresario; respuestas con las que dispondrá de una visión pormenorizada del marketing y como aplicarlo a su empresa. Terminará este curso disponiendo de su primer plan de marketing de su empresa teniendo en cuenta las herramientas que se abren para él, online y offline.

EL MARKETING EN LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

LAS NUEVAS RELACIONES, EL FUTURO DE SUS CLIENTES ESTÁ EN SUS MANOS.

¿Con la existencia del Internet puedo olvidarme de los métodos tradicionales de marketing?

¿Cómo puedo asegurarla fidelidad de mis clientes?

¿Tendré que hacer un presupuesto de marketing?

¿Qué debemos tener en cuenta para definir una estrategia de marketing digital?

PROGRAMA PROPUESTO

- **Bloque I:** Introducción al mundo del marketing.

- **Bloque II:** El marketing analítico.

Conocer qué es el marketing analítico y qué es lo que implica.

Conocer cómo realizar un buen análisis de la empresa y que conocimientos son necesarios para llevarlo a cabo adecuadamente.

- **Bloque III:** El marketing estratégico

Conoceremos qué es el marketing estratégico y cuáles son sus objetivos. Veremos que es la parte del marketing que se especializa en uno de los temas que más nos preocupan hoy en día, ya que sabes dónde estás hoy pero no sabes con certeza dónde puedes estar mañana.

El marketing relacional. Reconocer la importancia del marketing relacional para conseguir captar nuevos clientes, fidelizar a los que ya tenemos y reconquistar a aquellos que optaron por la competencia. Identificar cuál es la mejor manera de crear, fortalecer y mantener las relaciones que tiene nuestra empresa con los clientes

- **Bloque IV:** El marketing táctico

Desarrollaremos lo que es el marketing táctico y operativo, es decir, la parte visible del marketing, la más enfocada a corto plazo y a crear acciones de marketing tales como promociones, eventos, publicidad, etc. Marketing mix, 4P+2P

- **Bloque V:** El marketing digital

Aprenderemos cómo definir una buena estrategia digital, teniendo en cuenta que la clave de esta es que cada acción que la componga, aporte algo en la consecución del objetivo final de la empresa.

- **Bloque VI:** El plan de marketing

Capacitar al alumno para la realización de su Plan de Marketing.

OBJETIVOS

- Entender qué es el marketing y descubrir que puede hacer por tu empresa.

- Conocer los conceptos claves del marketing, identificar cuáles son las herramientas, técnicas y estrategias para su aplicación en la empresa.

- Entender el nuevo paradigma del entorno digital en donde las relaciones con el cliente han cambiado.

- Conocer las ventajas de disponer un plan de marketing integral para la empresa.

EL MARKETING EN LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

LAS NUEVAS RELACIONES, EL FUTURO DE SUS CLIENTES ESTÁ EN SUS MANOS.

¿Qué ventajas ofrece el marketing digital?

¿Cómo elaborar mi propio plan de marketing?

DIRIGIDO A

Nuestro programa va dirigido a propietarios y gerentes de empresas del sector de Automoción, talleres independientes y servicios oficiales, que requieran de conocimientos de Marketing que les ayuden en la toma de decisiones para su negocio. También va dirigido a aquellos profesionales que quiera profundizar en conocimientos del Marketing focalizados en el mundo de la Postventa.

METODOLOGÍA

Realizaremos un recorrido para entender el concepto y la práctica del “Marketing” como elemento esencial de la estrategia empresarial. En cada uno de los bloques, se trabajará mediante una parte teórica en la que se aportan los conceptos y otra parte práctica a realizar por el alumno que constará de diversas actividades a desarrollar entre bloques junto con pruebas de evaluación de contenido. Todo ello contribuirá a la asimilación del temario estudiado, en poner en evidencia la consolidación de los conocimientos adquiridos y muy especialmente en ser el punto de partida para ampliar Conocimiento y su Aplicabilidad”.

Los alumnos dispondrán de soporte y orientación por parte de un tutor online al que pueden dirigirse siempre que tengan dudas, consultas o incidencias.

DURACIÓN

Nuestro programa estará disponible durante 90 días a partir de la fecha de inscripción en este programa. Este plazo es suficiente para interiorizar los contenidos, realizar las actividades propuestas y la prueba final del curso. Al término del plazo establecido se dará por cerrado el curso.

La dedicación estimada para que el alumno pueda realizar este curso con la profundidad y aprovechamiento adecuado es de 140 horas.