



TALLER DE MARKETING Y TÉCNICAS DE VENTA

Objetivos

- Aprender los conceptos más importantes del marketing, merchandasing y comercio en red.
- Conocer las herramientas innovadoras en el campo del marketing y el mundo de la venta.
- Conocer las distintas herramientas de venta y postventa de productos.
- Entender conceptos claves relacionados con la innovación y la creatividad aplicados a la experiencia de compra del cliente y analizar la importancia de las nuevas herramientas de conexión y comunicación con los clientes y resto de 'stakeholders' en los ámbitos del 'socialmedia'.

Programa

1. Introducción al marketing.
2. El plan de marketing. Puesta en valor del producto/servicio. Estrategia de marketing mix.
3. La promoción como parte del marketing mix.
4. El producto.
 - Los atributos del producto.
 - Características de los servicios.
 - Los modelos de portafolios.
 - Políticas básicas de producto.
 - Cambio de los productos existentes.
 - Cambios en los atributos psicológicos.
 - Las nuevas aplicaciones para productos existentes.
5. La política de precios.
 - Importancia del precio como variable del marketing mix.
 - Objetivos dirigidos a la busca de ingresos.
 - Objetivos de las ventas.
 - Objetivos centrados en la competencia.
6. Etapas y métodos de fijación de precios. Estrategias de precios.
7. Comunicación.
 - Publicidad.



- Promoción de ventas
- El equipo de ventas
- Relaciones públicas, imagen corporativa y patrocinio
- Marketing promocional
- Límites de las promociones

8. Tipos de promociones

- Técnicas de promoción dirigidas al consumidor final
- Técnicas de promoción para el resto de los públicos objetivos

9. Objetivos de las promociones

- Clasificación de los objetivos de la promoción de ventas
- Objetivos de captación de nuevos clientes

10. Objetivos de imagen. El control de la promoción.

11. La promoción en el punto de venta

12. Relación entre PLV y promoción

- El punto de venta
- Los consumidores
- PLV
- Aplicaciones de la publicidad en el lugar de venta

13. Relación entre merchandising y promoción

- Las ventajas del merchandising
- Los consumidores: tipos de compras
- Técnicas de merchandising

14. El marketing digital:

- Las distintas herramientas de marketing digital (posicionamiento en buscadores, blogs, boletines, marketing viral, campañas on line, etc.).
- Diseño de la presencia en Internet y redes sociales.
- Creación de un plan de marketing digital.