

Curso de Marketing para concesiones de automoción

El curso de Marketing para concesionarios está destinado al equipo de personas responsables de planificar y llevar a cabo la estrategia de marketing de la empresa.

El objetivo es dotar a los asistentes de los conceptos de marketing e instrumentos necesarios para realizar una adecuada planificación, así como ser capaces de determinar un plan de acción, conseguir una eficaz implantación y ejercitar su control.

Destinatarios

- Personas que trabajen cercanas o directamente relacionadas, con los clientes y con el departamento comercial o de marketing del concesionario.
- Personas que necesitan una introducción a los métodos y técnicas de marketing y comercial, para su aplicación local a un concesionario de automoción.

Objetivos

- Organizar, desarrollar e implementar un Plan de Marketing y Comercial en un concesionario.
- Conocer las funciones y responsabilidades de la función del marketing.
- Identificar las actividades necesarias para coordinar la función del marketing y la comercial.
- Saber cómo hacer un análisis de la situación del concesionario y efectuar un diagnóstico.
- Aprender a gestionar y desarrollar acciones de comunicación local y de marketing directo, así como saber implementar campañas de comunicación convencional y no convencional.
- Gestión de un presupuesto de marketing.

Duración

- La duración del curso es de 40 horas.

Programa

1. Las funciones comerciales y el marketing en la empresa.
2. El marketing.
3. ¿Qué es un plan de marketing?
4. ¿Para qué sirve un plan de marketing?
5. ¿Cómo se construye un plan de marketing? – Etapas
 - a) Análisis de la situación.
 - b) Diagnóstico.
 - c) Establecimiento de objetivos.
 - d) Selección de la estrategia.
 - e) Plan de acción.
 - f) Implantación.
 - g) Control.
6. Desarrollo práctico de un plan de marketing.

Metodología

- Introducción teórica a cada uno de los capítulos y discusión en el grupo de cada tema, con el objeto de facilitar su comprensión y apropiación del contenido por los asistentes.
- Los alumnos desarrollarán un caso práctico de un plan de marketing, cubriendo todas las etapas del mismo y favoreciendo la puesta en práctica de todos los contenidos abordados.

