

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Creación y gestión de la estrategia de marketing para empresas de servicios

→ Técnicas para desarrollar campañas de marketing exitosas en el sector servicios.



Iniciativas Empresariales

| *estrategias de formación*



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

Actualmente no se pone en duda la necesidad de disponer de estrategias de marketing en las empresas de servicios. Sin embargo, planificar estratégicamente el marketing de una empresa de servicios constituye todo un reto para los profesionales que tienen que llevarlas a cabo.

El diseño de estrategias especializadas para la venta de servicios no solo ha de tener en cuenta la intangibilidad e inseparabilidad que las caracteriza, además, deben contemplar los cambios culturales, sociales y tecnológicos que se dan en la actualidad así como los recursos y capacidades de la propia organización para aprovechar las oportunidades y hacer frente a los retos que la competencia actual les plantea.

A partir de las últimas tendencias que actualmente imperan en el ámbito del marketing de servicios, tanto online como offline, este curso busca preparar a los profesionales de marketing de las empresas de servicios para actuar en un entorno complejo, dinámico e incluso turbulento que se da en el sector.

Los alumnos adquirirán competencias, conocimientos y habilidades para poder realizar campañas de marketing específicas para empresas de servicios.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 50 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 4 módulos de formación práctica de que consta el curso Creación y gestión de la estrategia de marketing para empresas de servicios.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas del marketing de servicios.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes al marketing de servicios.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué es el marketing de servicios y las estrategias, metodologías y herramientas para ponerlo en marcha.
- Cuáles son los aspectos distintivos del marketing de servicios.
- Cómo llevar a cabo un correcto plan de marketing de servicios.
- Cómo se posiciona en el mercado un servicio de manera exitosa.
- Cómo analizar el comportamiento de los clientes en las empresas de servicios.
- Cómo se estructura y difunde la comunicación dentro del marketing de servicios.
- Qué herramientas de marketing son las más utilizadas en el marketing de servicios.
- Cómo analizar las diferentes tipologías de clientes en las empresas de servicios para llevar a cabo políticas estratégicas a la medida de cada segmento de clientes.
- Cómo analizar las expectativas y percepciones del cliente en cuanto al servicio que le ofrecen.
- Cómo plantear ofertas comerciales que puedan ser atractivas para nuestros clientes.
- Cómo captar nuevos clientes y gestionar las relaciones con los actuales para favorecer su lealtad hacia nuestra empresa.

Las técnicas de marketing de servicios ofrecen una serie de estrategias enfocadas a conseguir la mayor y mejor competitividad de las empresas que comercializan bienes intangibles.

Dirigido a:

Directores de Marketing, Comerciales, Ventas y otros directivos de empresas de servicios que deseen mejorar la competitividad de su empresa y disponer de metodologías para adaptarse a unos mercados cada vez más cambiantes.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. ¿Por qué un Plan de Marketing de servicios?

10 horas

En este 1er módulo se define y caracteriza a los servicios frente a los productos además de presentarlos como elementos de diferenciación en la estrategia empresarial.

- 1.1. Definiciones: bienes, servicios e ideas.
- 1.2. Caracterización de los servicios frente al resto de productos.
- 1.3. Clasificación de los servicios.
- 1.4. Los servicios como elementos de diferenciación en la estrategia empresarial:
 - 1.4.1. Servicio: *core business* versus complementario.
 - 1.4.2. La oferta integral.
- 1.5. La necesidad de un Plan de Marketing ... pero ¿cómo?

→ MÓDULO 2. El Plan de Marketing para los servicios

10 horas

A través de este módulo se analizará la planificación estratégica de la empresa y la planificación del Plan de Marketing con conceptos claves y acciones esenciales en la planificación de servicios.

- 2.1. El área de Marketing y el proceso de planificación.
- 2.2. La planificación estratégica de la empresa y la planificación de marketing: el Plan de Marketing de Servicios.
- 2.3. Conceptos claves en el proceso de planificación del Marketing de Servicios:
 - 2.3.1. Los valores.
 - 2.3.2. La misión y la visión.
 - 2.3.3. Los objetivos.
 - 2.3.4. Las estrategias y las políticas.
- 2.4. Diseñando el Plan de Marketing de la empresa de servicios:
 - 2.4.1. Resumen ejecutivo.
 - 2.4.2. Análisis de la situación.

Contenido del curso

2.4.3. Objetivos y estrategias.

2.4.4. Programa de acciones.

2.4.5. Control.

→ MÓDULO 3. Identificando la orientación cultural de las empresas de servicios

10 horas

En este módulo el alumno podrá comprobar cómo, en la actualidad, el marketing va más allá de ser considerado una simple actividad para convertirse en una filosofía de negocio según la cual la empresa se centra en atender y satisfacer las necesidades del consumidor.

3.1. La orientación hacia el mercado.

3.2. La importancia de las relaciones:

3.2.1. Participación activa del consumidor en el negocio.

3.2.2. Importancia del concepto de valor.

3.2.3. Cambio en la concepción de oferta y demanda.

3.2.4. Importancia de las relaciones a largo plazo.

3.2.5. Asunción del marketing por el conjunto de la organización.

3.3. Tendencias actuales y futuras del marketing de servicios: ¿hacia un marketing 3.0?

→ MÓDULO 4. La construcción del Plan de Marketing de Servicios

20 horas

En este módulo se analizarán las cuestiones claves sobre las que se articula una buena gestión estratégica de marketing, así como las etapas que debemos seguir a la hora de establecer nuestro Plan de Marketing de Servicios.

4.1. Conociendo el entorno y a la propia organización:

4.1.1. El análisis de situación externa: macro-entorno y micro-entorno.

4.1.2. El análisis de situación interna:

4.1.2.1. El análisis financiero.

4.1.2.2. Determinantes de las opciones estratégicas.

Contenido del curso

4.2. Segmentación del mercado y elección del público objetivo:

- 4.2.1. La segmentación del mercado: criterios de segmentación en el mercado de los servicios y requisitos para una segmentación efectiva.
- 4.2.2. El público objetivo y el diseño de las estrategias de marketing.
- 4.2.3. La identidad, la imagen y el posicionamiento del servicio.

4.3. Definiendo objetivos y estrategias en el ámbito de los servicios:

- 4.3.1. Las estrategias en las empresas de servicios:
 - 4.3.1.1. Estrategias de diferenciación.
 - 4.3.1.2. Estrategia de liderazgo en costes.
 - 4.3.1.3. Estrategias de focalización.
 - 4.3.1.4. Estrategias de crecimiento.
 - 4.3.1.5. Estrategias de entrada y desarrollo de nuevos negocios.
- 4.3.2. Procesos clave para el desarrollo de estrategias: medición e innovación
 - 4.3.2.1. La medición del performance.
 - 4.3.2.2. La innovación en los servicios.

4.4. Los elementos de la mezcla de marketing de servicios: más allá de las 4 Ps

- 4.4.1. El precio:
 - 4.4.1.1. Cálculo del precio del servicio en base al valor.
 - 4.4.1.2. Cálculo del precio del servicio en base a la demanda.
- 4.4.2. La evidencia física y el personal.
- 4.4.3. El establecimiento físico, el sitio web y el merchandising convencional y virtual.
- 4.4.4. La promoción.
- 4.4.5. La comunicación:
 - 4.4.5.1. Las herramientas clásicas de comunicación.
 - 4.4.5.2. Las herramientas Below The Line y las TIC.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Creación y gestión de la estrategia de marketing para empresas de servicios han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Ana Isabel Jiménez

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora Asociada de Marketing en los Estudios de Economía y Empresa y en UOC Business School, ha realizado actividades docentes y de investigación en el área de Marketing de la Universidad de Castilla La Mancha, así como en diversas universidades americanas y europeas.

Es, además, autora de varios libros y artículos sobre la materia.

La autora y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Creación y gestión de la estrategia de marketing para empresas de servicios**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

