Objetivo General.

Contribuir al mejoramiento y actualización del líder de mercadeo dotándolo de los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para lograr una gestión exitosa

Objetivos Especificos

Al finalizar el curso el participante tendrá la capacidad de:

- Definir las acciones que se requieren para que la empresa defina su mercado potencial y conozca su segmento de mercado actual y, proyecte su participación, su crecimiento y los niveles de rentabilidad esperados
- Definir políticas de fijación de precios basada en las fortalezas de la organización en sus costos de producción
- Definir las acciones requeridas para conocer y satisfacer las necesidades y requerimientos de los segmentos a atender.
- Identificar los rasgos claves de los productos y servicios desde la óptica del cliente.
- Conocer los elementos claves que guían las decisiones de los clientes y los competidores
- Desarrollar modelos para determinar, evaluar y medir los elementos claves de satisfacción de los clientes
- Establecer canales de comunicación funcional y bidireccional con los clientes
- Establecer políticas adecuadas para dar respuesta en plazos óptimos a las quejas de los clientes y generar acciones para evitar su reiteración
- Asignar los recursos adecuados para cumplir los objetivos y las propuestas en el área de mercadeo y establecer índices de rendimiento esperado para evaluar la gestión

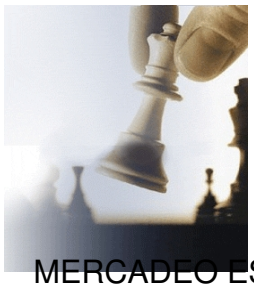
Destinatarios:

Propietarios, Gerentes, Profesionales Responsables de Negocios, Administradores de PYMES, y personas interesadas en conocer las técnicas gerenciales en los diferentes campos (contabilidad, mercadeo, planificación estratégica, desarrollo de talento humano) y utilizarlas como herramientas de apoyo en la toma de decisiones.

Contenido Tematico:

- Concepto del mercadeo
- El mercadeo en la empresa
- Oferta y Demanda de un Producto o servicio
- Conceptos de mercado
- Segmentación de mercado
- Comportamiento de compra del consumidor
- Posicionamiento.
- Que se entiende por ventajas competitivas y como se construyen
- Como hacer del servicio al cliente una ventaja competitiva
- Investigación de mercados
- Cómo conocer los gustos y preferencias del consumidor
- Factores controlables en mercadeo (precio, producto, plaza y promoción)
- Factores no controlables
- Comunicación sinónimo de éxito en la actividad comercial.

Para saber proximas fechas y precios acerca de este curso da clic aquí.



MERCADEO ESTRATÉGICO