

TABLÓN VIRTUAL IFEF · FORMACIÓN

ESTRATEGIAS DE MÁRKETING (TELEFORMACIÓN) (2ª EDICIÓN)

DATOS DE LA OFERTA

Familia: Comercio y Marketing

Tipo curso: Otros

Colectivo: Ocupados/as en Pymes y Autónomos

Método: Teleformación

Titulación: Sin determinar

Coste: Gratuito

Requisitos: - Preferentemente dirigido a Profesionales autónomos que trabajen en el sector del comercio y artesanía, que cuenten en la actualidad con comercio o establecimiento en la ciudad de Cádiz.
- Podrán optar otros profesionales autónomos del sector de la hostelería o turístico.
- Podrán optar personas desempleadas interesadas en realizar estos cursos.

Impartido por: Instituto de Fomento, Empleo y Formación

Organizado por: IFEF en colaboración con la Delegación de Comercio y Artesanía

Provincia: Sin determinar

Lugar: Sin determinar

Fecha de inicio: 16/06/2021

Duración: 15 horas

Horario: Online

Prácticas: No

Compromiso de contratación: No

Plazas: 30 Plazas

Plazo: Del 17/05/2021 al 07/06/2021

Recogida de solicitudes: La inscripción se realizará a través de la Plataforma Virtual de Teleformación del IFEF www.campus.ifef.es (en el apartado oferta formativa) debiendo aportar la siguiente documentación:
- Fotocopia del Documento Nacional de Identidad (D.N.I.)
- Certificado actualizado de Situación en el Censo de Actividades Económicas de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Objetivo :

- Apoyar y dotar a los profesionales del sector del comercio local de la ciudad de Cádiz de herramientas y estrategias innovadoras que hagan posible aumentar sus ventas y a su vez, mejorar su posición en el mercado a través de una gestión eficiente.

- Competencias generales :

Consolidar su competitividad en el sector y facilitar su acceso a procedimientos de contratación pública.

Contenido:

- 1. Segmentación de clientes

a. Introducción

b. Posicionamiento de la empresa y el producto

c. Segmentación del mercado

- 2. Marketing directo

a. Introducción

b. Concepto Marketing directo

c. Crecimiento del Marketing directo

d. Estrategias del Marketing directo

e. Mejorar las relaciones con los consumidores

f. Encuestas y estudios de mercado

g. Canal de distribución y medio de información, captación e incitación a un mayor consumo

h. Medio de captación de nuevos clientes y mercados; sensibilización social

- 3. Marketing relacional

a. Introducción al Marketing relacional

b. Fidelización de clientes

c. Gestión de relaciones con los clientes

d. Factores que intervienen en la fidelización

e. Pasos para llevar a cabo la fidelización

- 4. Marketing orientado a l comercio justo

a. Características que definen la relación empresa-cliente en el comercio justo

b. El sello ?Comercio Justo? como elemento de marketing

- 5. Canales d e d istribución

a. Introducción

b. ¿Por qué son útiles los canales de distribución?

c. ¿Cómo diseñar un canal de distribución adecuado?

d. Conceptos básicos para la toma de decisiones

e. Identificación de las alternativas principales

f. Evaluación de las principales alternativas del canal

Enlace Plataforma Virtual de Teleformación del IFEF:

Fuente: Instituto de Fomento, Empleo y Formación

- Delegación de Comercio y Artesanía

Fecha de publicación: 15/04/2021