



Iniciativas Empresariales

| estrategias de formación

**BARCELONA** 10 de noviembre de 2010

**MADRID** 24 de noviembre de 2010

# INDICADORES CLAVE Y MÉTRICAS DE LA GESTIÓN DEL MARKETING

*Herramientas para medir la efectividad y el ROI de las acciones de Marketing y su impacto en la cuenta de resultados*

*En este Seminario Usted conocerá...*

- Cuáles son los indicadores clave de medición del Marketing y las Ventas.
- Qué metodologías existe para hacerles un control y seguimiento continuos.
- Cómo contribuyen las acciones de marketing que efectúa a las ventas y a la rentabilidad de su empresa.
- Cómo calcular el Retorno de la Inversión (ROI) de nuestras acciones publicitarias y promocionales.
- Qué son los KPI's (Indicadores de Gestión Estratégica) aplicados a la gestión de marketing.
- Por qué son necesarias las métricas en la gestión del marketing actual.
- Cómo definir una estrategia de marketing orientado a datos, en la que los resultados sean medibles y cuantificables.
- Cómo se realiza un análisis de mercado potencial.
- Qué es una segmentación estratégica de clientes y productos y cómo se hace.
- Cuáles son los indicadores para evaluar a la competencia.
- Cómo se evalúan elementos no financieros como la satisfacción del cliente.
- Cómo medir la reducción de costes y la rentabilidad de focalizar nuestras acciones de marketing en la retención de clientes en lugar de en la captación de nuevos.
- Cuál es la rentabilidad de cada euro de nuestra inversión en marketing.
- Cuáles son los 10 indicadores clave en marketing.



**BARCELONA**

**Tel. 932 721 366**

**Fax 932 721 491**

**MADRID**

**Tel. 902 021 206**

**Fax 902 021 207**





Iniciativas  
Empresariales

# INDICADORES CLAVE Y MÉTRICAS DE LA GESTIÓN DEL MARKETING

**Herramientas para medir la efectividad y el ROI de las acciones de Marketing y su impacto en la cuenta de resultados**

## OTROS SEMINARIOS DEL ÁREA PREVISTOS PARA ESTE TRIMESTRE:

- *Habilidades Directivas para Mandos Intermedios.*

Madrid, 20 y 21 de octubre y de 2010

Barcelona, 3 y 4 de noviembre de 2010

- *Aumente las ventas de su mostrador y punto de venta.*

Barcelona, 21 de octubre de 2010

Madrid, 28 de octubre de 2010

- *Gestión Eficaz del Tiempo en la Empresa.*

Barcelona, 18 de noviembre de 2010

Madrid, 25 de noviembre de 2010

Pueden consultar el programa completo en:

[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)



## Objetivos:

En estos momentos de competencia feroz y pérdida de confianza de los clientes, las actividades de marketing y ventas orientadas son más que nunca una necesidad vital para la empresa.

No obstante, la inversión y el resultado en la actividad del marketing es siempre un punto de debate dentro de las empresas. Por una parte, se encuentra el área financiera que no considera el marketing un activo clave y utiliza indicadores puramente financieros para medir sus resultados. Por otra parte, el entorno competitivo exige desarrollar mediciones de la actividad del marketing más allá de las puramente

matemáticas. Aunque las primeras proporcionan la mayor parte de los datos acerca de la salud de la empresa, los economistas reconocen que no son suficientes y son incapaces de explicar las causas y efectos de las acciones de la empresa, especialmente las del área de marketing y ventas.

El objetivo de este seminario es ofrecer a los responsables de marketing y ventas los indicadores clave de seguimiento y control para hacer visible el impacto de sus acciones en los resultados de la compañía y su contribución al desarrollo y crecimiento de la empresa.



## Ponente:

**Xavier Cartaña.** Licenciado en Ciencias Químicas. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Responsable de Marketing y Comercial para el sur de Europa de una de las Divisiones de una conocida multinacional del sector químico.



## Programa:

### 1. MEDICIÓN Y CONTROL DEL MARKETING

- Las métricas en la gestión del marketing actual.
- El Marketing orientado a datos: qué son los KPI's (*Key Performance Indicators*).
- Principales obstáculos para el Marketing orientado a datos.

### 2. LOS 10 INDICADORES CLAVE EN MARKETING

- Análisis de las ventas respecto al presupuesto.
- Previsiones de ventas: precisión de los resultados.
- Nuevas oportunidades y nuevos clientes conseguidos.
- Clientes perdidos y “dormidos”.
- Visitas a clientes.
- Nivel de satisfacción de clientes y análisis de quejas.
- Nivel de servicio.
- El valor del cliente.
- Análisis del margen de contribución.

### 3. CÁLCULO DEL RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI)

### 4. CONTRIBUCIÓN DEL MARKETING A LA CUENTA DE RESULTADOS



## Dirigido a:

Directores de Marketing, Directores Comerciales y Responsables de *Key Accounts* así como Jefes de Ventas y vendedores profesionales.

**“Lo que no se puede definir  
no se puede medir;  
lo que no se puede medir  
no se puede mejorar;  
lo que no se puede mejorar  
se puede deteriorar.”  
(Lord Kelvin)**



## BARCELONA

10 de noviembre de 2010  
Hotel Acevi Villarroel  
C/ Villarroel, 106

## MADRID

24 de noviembre de 2010  
Hotel Catalonia las Cortes  
C/ del Prado, 6

**Horario:** de 10 a 18:30 horas



### Metodología:

Se combinará la exposición teórica con el análisis de casos prácticos. Aunque las metodologías pueden ser válidas tanto para el sector industrial como de consumo y servicios, los casos prácticos que analizará el ponente, dada su trayectoria, serán del ámbito industrial.



### Material de Trabajo:

Los asistentes recibirán documentación que les permitirá el máximo aprovechamiento del seminario y la posterior consulta.



### Precio:

490 € + 18 % de IVA. Esta cuota incluye la asistencia al seminario, la comida y la documentación de trabajo. Los asistentes al seminario recibirán el correspondiente certificado de asistencia.

Este curso puede ser bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo. Tramitamos su bonificación sin coste adicional para su empresa. Consúltenos.  
*Imprescindible remitir toda la documentación requerida 10 días antes de la fecha de impartición del curso.*

Con la colaboración de:

Flint

[www.flint.com.es](http://www.flint.com.es)

[e

Iniciativas Empresariales

| estrategias de formación

### Inscripciones: Información:

#### BARCELONA

Consell de Cent, 341  
08007 Barcelona  
Tel. 932 721 366  
Fax 932 721 491

#### MADRID

Velázquez, 53 2º izda.  
28001 Madrid  
Tel. 902 021 206  
Fax 902 021 207

#### BILBAO

Avda. Los Chopos, 39  
48990 Getxo  
Tel. 902 021 206  
Fax 902 021 207

[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

e-mail: [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)

## FORMACIÓN A MEDIDA: CURSOS IN COMPANY.

Iniciativas Empresariales les ofrece también este curso en la modalidad in company. Esta formación a medida permite adaptar el contenido y los objetivos a las necesidades concretas de su empresa. Los asistentes podrán adquirir las destrezas y conocimientos necesarios para optimizar al máximo su trabajo.

Todos nuestros profesores son profesionales en activo, cuya trayectoria y experiencia aseguran una formación actual y dinámica, clave del éxito de todas nuestras acciones formativas.

El resultado final será:

- Un análisis a medida.
- La planificación de la acción formativa más coherente.
- Una eficiente puesta en práctica.
- Un seguimiento, control y ajuste continuo de la actuación formativa.
- Una fluida comunicación formador-empresa.

Iniciativas Empresariales tiene soluciones para todas las necesidades de formación de su empresa. Nuestro equipo está a su disposición para diseñar y desarrollar cualquier tipo de acción formativa, todo ello avalado por las numerosas empresas que nos los han solicitado.

*"Invertir en conocimientos produce siempre los mejores intereses"*

*Benjamín Franklin*