



# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

## Presentación

Actualmente vivimos en un mundo con un alto nivel de globalización y con un mercado de la construcción muy competitivo y dinámico, en el que existe una gran cantidad de empresas que tratan de satisfacer las necesidades de los potenciales clientes ofreciendo multitud de productos y servicios.

Este nuevo panorama en el sector de la construcción hace que sea imprescindible tener un amplio conocimiento del mercado y de las herramientas comerciales para contribuir a crear una empresa atractiva, rentable y sostenible en el tiempo.

Con este curso se pretende que los profesionales del marketing y las ventas del sector, o cualquier otra persona interesada en la materia, adquieran los conocimientos y herramientas necesarias para la toma de decisiones sobre qué estrategias de marketing y qué políticas comerciales deberían implantar.

Se utilizarán materiales teóricos y prácticos que le ayudarán a comprender, reflexionar y estimular su creatividad para la toma de decisiones comerciales. Todo ello con ejemplos de casos de éxito reales de implantación de estrategias de marketing para que puedan ser analizados.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan 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.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

**Interactuar** con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

**Aumentar sus capacidades** y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

**Trabajar** con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

## Objetivos del curso:

---

- Conocer qué engloba el marketing y sus principales características.
- Conocer estrategias de marketing digital en la construcción.
- Conocer el proceso de venta de los materiales de construcción.
- Saber elaborar campañas de marketing específicas del sector.
- Saber elaborar una estrategia de ventas en el mercado de la construcción.
- Identificar las principales diferencias del marketing del sector de la construcción con el marketing de los mercados de consumo.
- Analizar los criterios de decisión de los diferentes agentes que participan en el proceso de compra de materiales de construcción.
- Conocer las principales estrategias de marketing en el sector de la construcción.

“ Conocimientos para la preparación de estrategias de marketing B2B para comercializar con éxito materiales de construcción”

## Dirigido a:

---

Directores Generales, Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Jefes de Equipo, Prescriptores y, en general, a todos los profesionales de la venta que quieran conocer diferentes herramientas para la comercialización de este tipo de materiales.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

3 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Marketing en el sector de la construcción

12 horas

Las empresas fabricantes de materiales de construcción tienen como objetivo crear valor, identificar oportunidades, competir y crecer globalmente, mejorar sus ofertas, identificar necesidades de los consumidores, comercializar.... en definitiva, hacen o necesitan hacer “marketing” para ser competitivos en el mercado.

#### 1.1. Introducción al marketing:

1.1.1. Definición de marketing.

#### 1.2. El marketing en el sector de la construcción:

1.2.1. Tipos de industrias y materiales en el sector de la construcción.

1.2.2. Decisión de compra.

#### 1.3. Enfoques de las empresas en el mercado:

1.3.1. Marketing estratégico vs marketing operativo o táctico.

#### 1.4. Las variables del marketing mix: 4Ps.

#### 1.5. Producto (product):

1.5.1. Mix de producto.

1.5.2. El ciclo de vida del producto:

1.5.2.1. Estrategias en fase de introducción.

1.5.2.2. Estrategias en fase de desarrollo.

1.5.2.3. Estrategias en fase de madurez.

1.5.2.4. Estrategias en fase de declive.

#### 1.6. Precio (Price):

1.6.1. Preguntas clave para poder fijar un precio.

#### 1.7. Comunicación (promotion):

1.7.1. El mix de comunicación:

1.7.1.1. Publicidad.

1.7.1.2. La promoción de ventas.

1.7.1.3. Relaciones Públicas.

1.7.1.4. Marketing Directo.

1.7.1.5. Venta personal.

1.7.1.6. Eventos.

#### 1.8. Distribución (plaza):

1.8.1. Objetivos y preguntas clave para la toma de decisiones.

1.8.2. Tipos de canales de distribución:

1.8.2.1. Canal directo.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

1.8.2.2. Canal indirecto.

1.8.3. Canales de venta en la construcción.

1.8.4. Clases de canales indirectos.

1.8.5. Trade Marketing.

1.8.6. Estrategias de distribución.

1.8.7. Estrategias PULL y PUSH.

## 1.9. Marketing de Responsabilidad Social:

1.9.1. La Responsabilidad Social Corporativa.

1.9.2. Grupos de interés o stakeholders.

1.9.3. Las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad.

## 1.10. Marketing de relaciones.

1.11. Pasos a seguir para realizar un Plan de Marketing.

## MÓDULO 2. Normas, mercado CE, certificaciones y acreditaciones

8 horas

El marketing ha ido evolucionando y ya no basta con identificar necesidades y tratar de satisfacerlas con la creación o adaptación de nuevos productos y servicios. En la actualidad, los clientes demandan a las empresas que sean respetuosas con el medioambiente y que sean socialmente responsables. Por ello, acuden a la Organización Internacional de Normalización para demostrar que sus productos son de alta calidad y respetuosos con el medio ambiente. Para conseguirlas tienen que seguir unas normas de fabricación, comercio y comunicación.

### 2.1. Certificaciones:

2.1.1. ¿Por qué utilizar certificados en determinados países aunque no sean obligatorios?

2.1.2. Diferencias entre certificación y acreditación:

2.1.2.1. Ejemplo de certificaciones.

### 2.2. Normas ISO.

### 2.3. Mercado CE:

2.3.1. ¿Cuándo es obligatorio el mercado CE?

2.3.2. ¿Cómo se obtiene el mercado CE?

2.3.3. ¿Cómo se coloca el mercado CE?

2.3.4. Mercado CE paso a paso.

2.3.5. Certificaciones para sistemas constructivos.

### 2.4. Documento de Idoneidad Técnica (DIT):

2.4.1. Equivalentes al DIT en otros países fuera de España:

2.4.1.1. Avis Technique (Francia).

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

2.4.1.2. BBA Approval Inspection, Testing Certification (Reino Unido).

**2.5. Concesión del DIT plus.**

**2.6. ETE.**

**2.7. ¿ETE, DIT o DIT plus?**

**2.8. Declaraciones Medioambientales de Producto (DAP):**

2.8.1. Las Declaraciones Ambientales en el sector de la construcción.

2.8.2. Certificado LEED:

2.8.2.1. Criterios que evalúan la certificación LEED.

2.8.2.2. Beneficios de los edificios con certificado LEED.

2.8.3. BREEAM:

2.8.3.1. El proceso de certificación con la metodología BREEAM.

2.8.3.2. Tipos de certificados BREEAM.

2.8.3.3. BREEAM en España.

2.8.3.4. Beneficios del certificado BREEAM.

**2.9. Barreras de entradas a las industrias de materiales de construcción.**

## MÓDULO 3. Ventas en el sector de materiales de la construcción

10 horas

**3.1. La importancia de las ventas.**

**3.2. La prescripción de materiales de construcción.**

**3.3. Proceso de prescripción de materiales de construcción:**

3.3.1. Prospección de mercado.

3.3.2. La llamada en frío.

3.3.3. Visita comercial:

3.3.3.1. La ropa de vestir.

3.3.3.2. Comunicación verbal.

3.3.3.3. La comunicación no verbal.

3.3.3.4. Material promocional.

3.3.4. Prescripción en función de las fases del proyecto.

3.3.5. Prescripción en obra pública.

3.3.6. Prescripción en obra privada.

3.3.7. El APCI.

3.3.8. Conclusiones.

**3.4. Negociar con los grupos de compras o grandes superficies:**

3.4.1. Poder negociador.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

3.4.2. La plantilla comercial.

3.4.3. Ventajas y desventajas de negociar con una central de compras.

## **3.5. Organización del departamento comercial:**

3.5.1. Estructura del equipo de ventas.

3.5.2. El Key Account Manager.

3.5.3. El Product Manager o jefe de producto.

3.5.4. Formas de organizar a un equipo de ventas.

## **3.6. El Plan de Ventas:**

3.6.1. La estructura del plan de ventas.

# Estrategias de Marketing y Comercialización en el sector de Materiales de la Construcción

## Autor



### David Gandia

Graduado en Administración y Dirección de Empresas. Máster en Dirección Comercial y Marketing y en Innovación y Emprendimiento.

Experiencia en cargos de responsabilidad comercial a nivel nacional e internacional en diferentes empresas donde ha realizado aperturas de mercados y ha desarrollado e implantado estrategias comerciales.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

