



Curso Online de **Marketing 360°** para Empresas Logísticas

Para utilizar eficazmente todas las herramientas que existen en la actualidad con el objetivo de incrementar ventas.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Marketing 360° para Empresas Logísticas

Presentación

Definir correctamente el Plan de Marketing es para cualquier compañía una cuestión estratégica. Por ello, debemos garantizar que nuestro plan está correctamente definido para la consecución de los objetivos de la organización.

Entender el mercado y nuestro posicionamiento nos ayudará a definir, implementar, ejecutar y medir cada una de las acciones de marketing que determinarán el éxito de la empresa.

Tener una visión 360 del marketing, objetivo principal de esta formación, nos dotará de los conocimientos necesarios sobre las estrategias, técnicas, prácticas y canales de los que disponemos. En concreto, focalizaremos nuestra atención a las herramientas óptimas para empresas del sector de la logística y el transporte.

Gracias a la implementación de adecuadas acciones de marketing podemos, de forma eficiente, crear valor y llegar a nuestro público objetivo, lo que nos permitirá incrementar las ventas y conseguir los objetivos establecidos.

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 35 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.

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 este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Marketing 360° para Empresas Logísticas

Objetivos del curso:

- Ofrecer una formación completa pero específica en marketing para empresas de logística y/o transporte que les aporte una visión estratégica y global.
- Cuál es la forma correcta de establecer una estrategia comercial en empresas del sector que proporcione los mejores resultados.
- Definir un plan de marketing que logre conseguir los objetivos de la organización.
- Conocer en profundidad las herramientas del marketing 360°, incluidas las del ámbito digital.
- Definir el proceso comercial y adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para una comercialización exitosa de los servicios logísticos y de transporte.
- Realizar métricas de cada una de las acciones implementadas para verificar el éxito de cada campaña.
- Conocer el entorno legal que debe regir nuestra actividad.
- Analizar canales y herramientas que nos permitirán generar nuevos contactos a quienes comercializar nuestros servicios logísticos e incrementar nuestra cartera de clientes.

“ Conozca de manera práctica los principales canales y estrategias de captación de oportunidades comerciales en logística ”

Dirigido a:

Personal de empresas de logística y/o transporte que desarrollen sus funciones en las áreas de dirección, comercial, ventas o marketing y quieran tener una visión 360° de las acciones de marketing que se pueden implementar.

Marketing 360° para Empresas Logísticas

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 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

7 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.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Conceptos básicos de marketing para una empresa logística

8 horas

El marketing que se puede implementar en una empresa que comercializa servicios logísticos y de transporte es muy específico por las características propias del sector, la tipología del cliente al que se dirige y la particularidad del servicio que ofrece.

1.1. Marketing para empresas logísticas y de transporte.

1.2. Qué es el marketing.

1.3. Las 4Ps:

1.3.1. Producto.

1.3.2. Precio.

1.3.3. Punto de venta (distribución).

1.3.4. Promoción.

1.4. Marketing tradicional.

1.5. Marketing digital.

1.6. Tipos de marketing:

1.6.1. Marketing de atracción.

1.6.2. Inbound Marketing.

1.6.3. Marketing de contenidos.

1.6.4. Marketing en redes sociales.

1.6.5. E-mail marketing.

1.6.6. Marketing verde.

1.6.7. Marketing corporativo.

1.6.8. Marketing de influencia o Influencers Marketing.

1.6.9. Geomarketing.

1.6.10. Neuromarketing.

1.6.11. Marketing deportivo.

1.7. Account Based Marketing.

Marketing 360° para Empresas Logísticas

MÓDULO 2. Cómo elaborar un Plan de Marketing

6 horas

El Plan de Marketing es el documento que incluye las estrategias de marketing para un periodo de tiempo concreto. En él están los objetivos, indicadores, métricas y la información necesaria para conseguir los resultados de la empresa.

Toda organización debe plasmar en un documento esa guía que le servirá de referencia durante todo el año para desarrollar e implementar la estrategia de marketing que le permita la consecución de sus objetivos.

- 2.1. ¿Qué es un Plan de Marketing?
- 2.2. Análisis estratégico.
- 2.3. Objetivos.
- 2.4. Definición del público objetivo.
- 2.5. Definición de la estrategia.
- 2.6. Tácticas.
- 2.7. Medición y control.
- 2.8. Algunos conceptos financieros que debes conocer:
 - 2.8.1. ROI.
 - 2.8.2. OPEX.
 - 2.8.3. CAPEX.
 - 2.8.4. WACC.
 - 2.8.5. VAN.
 - 2.8.6. PAYBACK.

MÓDULO 3. Recomendaciones para tu Plan de Marketing digital

8 horas

- 3.1. Branding e identidad & Marca personal:
 - 3.1.1. Primer paso: branding, ¿tu marca es reconocida en tu sector?
 - 3.1.2. Segundo paso: guía para tener tu propia marca personal.
- 3.2. El éxito de una web es ser única.
- 3.3. ¿Qué es la usabilidad?
- 3.4. Landings pages y cartas de venta para vender más.
- 3.5. ¿Cómo optimizar el posicionamiento de tu web?
- 3.6. ¿Invierto en publicidad de Google?

3.7. ¿Cómo mido el resultado de mis acciones digitales?

3.8. ¿Debemos estar en redes sociales?

MÓDULO 4. Sistema de gestión comercial en una empresa logística y/o de transporte

10 horas

Un sistema de gestión comercial es todo un conjunto de técnicas, procesos y procedimientos cuyo objetivo final es incrementar las ventas, garantizando la satisfacción de nuestros clientes e incrementando nuestra cuota de mercado.

4.1. Qué es un sistema de gestión comercial.

4.2. Cómo definir el plan estratégico de la compañía:

4.2.1. ¿Qué es la misión?

4.2.2. ¿Qué es la visión?

4.2.3. ¿Qué valores transmitimos?

4.2.4. Tipos de modelo de negocio.

4.2.5. Plan de Marketing.

4.2.6. Propuesta de valor.

4.2.7. El organigrama.

4.3. ¿Qué es un CRM? ¿Qué funcionalidades tiene? ¿Cómo elegir el que mejor se adapta a nuestra empresa?

4.3.1. Las principales funcionalidades que tiene un CRM.

4.3.2. Cómo elegir un buen CRM.

4.4. Fases de comercialización de los servicios logísticos:

4.4.1. Fijación de objetivos.

4.4.2. Identificación de leads o prospectos.

4.4.3. General y cualificar leads de potenciales clientes.

4.4.4. Contacto.

4.4.5. Clasificación de los leads.

4.4.6. Ejecuciones tácticas de marketing.

4.4.7. Análisis oportunidades de venta.

4.4.8. Seguimiento comercial.

4.5. Plantillas y documentos:

4.5.1. Guía de una reunión tipo.

4.5.2. Preguntas clave y “puntos de dolor” de los clientes.

4.5.3. Recomendaciones para la gestión de objeciones.

4.5.4. Otras plantillas recomendadas.

MÓDULO 5. Generar y cualificar Leads. Canales específicos del sector logístico donde obtener clientes potenciales

10 horas

- 5.1. Funnel de ventas.
- 5.2. Cómo conseguir leads en una empresa logística.
- 5.3. Inbound / Outbound Marketing. ¿Qué es?
 - 5.3.1. Blog.
 - 5.3.2. Redes sociales o Social Media.
 - 5.3.3. Newsletter.
 - 5.3.4. Webinar.
 - 5.3.5. Infografía.
- 5.4. Organización de eventos, ferias y congresos.
- 5.5. LinkedIn:
 - 5.5.1. ¿Qué es el Social Selling?
 - 5.5.2. LinkedIn Ads.
- 5.6. E-mail marketing:
 - 5.6.1. Las métricas de email marketing.
 - 5.6.2. Factores que ayudan a incrementar nuestra base de datos.
 - 5.6.3. ¿Y cómo conseguimos que el prospect abra nuestros correos?
 - 5.6.4. Y ¿cómo escribimos esos mensajes?
 - 5.6.4.1. AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción).
 - 5.6.4.2. PAS: Problema, Agitación, Solución.
 - 5.6.4.3. BAB: Before, After, Bridge (antes-problema, después-solución, puente-cómo).
 - 5.6.5. ¡Cuidado con el Spam!

MÓDULO 6. Unas pinceladas sobre cómo fidelizar a los clientes

4 horas

La fidelización de clientes es un concepto de marketing que tiene como objetivo conseguir, mediante diversas estrategias y técnicas, que el cliente que haya contratado nuestros servicios con anterioridad, siga haciéndolo y se convierta en un cliente habitual. La lealtad de los clientes tiene un impacto directo en los resultados financieros, así como en la imagen de marca que tiene la empresa en el mercado.

- 6.1. Customer Journey:
 - 6.1.1. *Awareness* o CONSCIENCIA.

Marketing 360° para Empresas Logísticas

6.1.2. *Consideration* o CONSIDERACIÓN.

6.1.3. *Purchase* o COMPRA.

6.1.4. *Retention* o RETENCIÓN.

6.1.5. *Advocacy* o RECOMENDACIÓN.

6.2. Estrategias de fidelización y vinculación.

6.3. Tips para lograr la satisfacción de tus clientes.

6.4. Programa de fidelización para clientes.

MÓDULO 7. Aspectos jurídicos y legales que debes conocer

4 horas

7.1. Normativa legal que aplica en cada acción de marketing.

7.2. La protección de los datos y el derecho a la intimidad.

7.3. Tipos de datos según la normativa:

7.3.1. ¿Qué son los derechos ARCO?

7.4. ¿Cómo enviar emailings sin tener problemas legales?

7.4.1. Qué es el SPAM.

7.5. Lo que debes conocer sobre las cookies.

Marketing 360° para Empresas Logísticas

Autor



Cristina Conde

Licenciada en Economía y Administración y Dirección de Empresas. Formación especializada en Marketing Digital con más de 20 años de experiencia en el sector de la logística y el transporte con orientación 100% a los clientes y al resultado.

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.

