

Marketing sin presupuesto

Ideas y técnicas que logran vender sin apenas costes

Del 1 al 22 de marzo de 2010

Curso



Las pymes encuentran verdaderas dificultades para desarrollar actividades de promoción o venta a bajo coste y obtener resultados frente a una competencia que posee frecuentemente más medios

Sin embargo con acciones precisas, inteligentes, energías y en muchos casos poco convencionales, es posible competir y vender más.

P PROGRAMA

- 1-** Las 3 premisas básicas para el éxito de una acción de marketing rentable.
- 2-** Orientación de la empresa: segmentación, posicionamiento y USP.
- 3-** Cómo identificar los objetivos comerciales prioritarios en mi pyme.
- 4-** Todo pasa por diferenciarnos y elevar nuestra notoriedad.
- 5-** Técnicas poco convencionales de venta y promoción: marketing de guerrilla.
- 6-** Los resortes psicológicos de la venta: tengo una oferta, tengo una venta.
- 7-** Uso inteligente del marketing directo: campañas postales y por e-mail.
- 8-** Gestionar el sentimiento de pertenencia y deuda.
- 9-** Cómo incrementar el retorno de la inversión comercial: control de ratios.
- 10-** Qué no hacer.
- 12-** Cómo sentarse a negociar con una agencia o consultor externo.
- 12-** Mi plan de marketing en una hora.



INFORMACIÓN GENERAL

Ponente

D. Javier Moreno Oto.

- Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Master en Administración de Empresas. M.B.A.
- Master en Dirección de Comercio Internacional.
- Profesor invitado de ICEX - Instituto Español de Comercio Exterior, Departamento de Promoción Exterior del Gobierno Vasco, Exportaciones de Castilla y León, Universidad del País Vasco, GRUPO REPSOL, CECO- Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, Cámaras de Comercio de Álava, Bilbao, Santander, Guipúzcoa y La Rioja en el área de Dirección de Ventas, Marketing e Investigación de Mercados Internacionales.
- A lo largo de su trayectoria profesional ha desempeñado puestos directivos en consultoría de marketing e investigación de mercados, ocupando posteriormente puestos de dirección comercial y gerencia en diferentes empresas. Consultor de Marketing.

Objetivo

Aportar herramientas que aseguren la rentabilidad del esfuerzo comercial de una pyme. Presentar, mediante ejemplos reales y prácticos, fórmulas novedosas para resolver el hándicap de luchar contra competidores más fuertes.

Dirigido

Este curso está especialmente orientado a pymes carentes de grandes presupuestos comerciales que deben actuar en este contexto como una "guerrilla": diferenciándose, midiendo cada una de sus acciones comerciales y tratando cada día de mejorar la efectividad de las mismas. Dirigido a gerentes, directores comerciales, jefes de venta, técnicos, responsables comerciales, responsables de comunicación o marketing en pymes y en general a todo profesional que desee una formación práctica en la práctica del marketing con presupuestos ajustados.

■ Fechas: 1, 8, 15 y 22 de marzo, lunes.

■ Horario: De 4,30 a 8,30 de la tarde.

Derechos de matrícula

Socios: 300 euros.

No socios: 450 euros.

■ Documentación

La documentación que se entregará a los alumnos vendrá incluida en los derechos de matrícula.

■ Inscripciones

Para información e inscripciones pueden dirigirse con al menos dos días de antelación a las oficinas del Club de Marketing. (Se admiten inscripciones por teléfono, correo electrónico o fax).



Avda. Anaitasuna s/n
31192 Mutilva Alta (Navarra)
Tel. 948 29 01 55
Fax 948 29 04 03
Internet: <http://cmn.navarra.net>
e-mail: cmn@navarra.net

