
PLANIFICACIÓN DEL MARKETING DE SERVICIOS



FORMACIÓN GRATUITA

CONVOCATORIA FORMACIÓN OFERTA SECTORIAL ESTATAL

- **DURACIÓN:** 50 horas
- **MODALIDAD:** Teleformación
- **OBJETIVO GENERAL:**

Planificar la estrategia de planes de marketing orientados a la satisfacción del cliente de empresas del sector servicios.

CONTENIDOS:

1. FUNDAMENTOS DEL MARKETING DE SERVICIOS

- 1.1. Evolución de la comercialización y los servicios.
 - 1.1.1. Tendencias.
- 1.2. La competencia global en los servicios.
 - 1.2.1. Qué es y qué no es el Marketing de Servicios.
 - 1.2.2. Comportamiento del consumidor y marketing de servicios.
 - 1.2.3. Segmentación del mercado.
 - 1.2.4. Posicionamiento.

2. ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA COMERCIAL O MARKETING MIX

- 2.1. El Marketing Mix aplicado a los servicios.
 - 2.1.1. Estrategias de diseño del producto servicio.
 - 2.1.2. Estrategias para la fijación del precio.
- 2.2. La ecuación valor x esfuerzo.
 - 2.2.1. Estrategias de precios para los servicios.
 - 2.2.2. Estrategias de distribución.
- 2.3. Cómo se hacen llegar los servicios al cliente.
 - 2.3.1. Estrategias de comunicación.
 - 2.3.2. Estrategias de personal, evidencia física y procesos.

3. LAS ESTRATEGIAS EN ACCIÓN

- 3.1. Análisis de la competencia.
- 3.2. Descubrir oportunidades de negocios.
- 3.3. Conocer y satisfacer las necesidades del segmento target.
- 3.4. Lanzamiento de nuevos servicios.
- 3.5. Evaluar un plan de publicidad, promoción y merchandising.
- 3.6. Marketing Relacional.
- 3.7. Marketing de servicios en Internet.
- 3.8. Crecer a través del Franchising.

4. DIAGNÓSTICO Y PLAN DE MARKETING

4.1. Importancia y estructura de un Plan de Marketing.

- 4.1.1. Elección de los objetivos y del camino estratégico.
- 4.1.2. Cómo desarrollar una ventaja competitiva.
- 4.1.3. Análisis DAFO.
- 4.1.4. Benchmarking.
- 4.1.5. Análisis de riesgo.
- 4.1.6. Pronóstico y medición del mercado.