



## ACCIÓN FORMATIVA

### Marketing para Pymes. Las principales claves del marketing en la pequeña y mediana empresa.



#### Objetivos:

Comprender las nuevas tendencias en la comunicación a través de las herramientas 2.0. Introducir a los empresarios en el uso comercial que se puede hacer de la red social. Reciclar a los profesionales del marketing y de la comunicación con las últimas prácticas y técnicas de venta. Detectar nuevos nichos de mercado a través de los Social Media. Desarrollar estrategias dentro del nuevo concepto del Marketing 2.0.

#### Dirigido a:

Pequeñas y medianas empresas, gerentes y directores o responsables comerciales y/o marketing. Gestores de comercios, autónomos y emprendedores.

#### Certificado:

Al finalizar el curso, los alumnos que lo hayan completado recibirán el certificado correspondiente.

#### Inscripción:

A través de la web [esquio.es/formacion-tic-empresas/](http://esquio.es/formacion-tic-empresas/) o en el mail [info@esquio.es](mailto:info@esquio.es)

#### Modalidad:

Online. Convocatoria abierta.

#### Duración y fechas:

56 horas.

#### Precio: 420€

#### Más información:

Formación Esquíó Ingeniería.  
As Teixugueiras, 29. P3-4  
Tlf.: 986 168 332  
[info@esquio.es](mailto:info@esquio.es)  
[www.esquio.es](http://www.esquio.es)

Nota: Esquíó Ingeniería S.L. se reserva el derecho de cancelar el curso de no haber inscripciones suficientes.

#### Contenidos:

##### 1. Fidelización de clientes.

- Fidelización de clientes en la pyme.
- La gestión de la relación con el cliente.
- Implantar la gestión relacional en la pyme.
- Las claves para fidelizar clientes.
- Los programas de fidelización en la pyme.
- Tendencias de fidelización de clientes.

##### 2. Marketing Digital.

- La importancia del marketing digital en la estrategia de una empresa.
- El internet marketing: Bienvenido a Matrix.
- SEO y SEM posicionamiento web.
- Los medios sociales.
- Marketing de afiliación.
- Marketing viral.
- E-mail marketing.

##### 3. El plan de marketing.

- Descripción de la situación actual.
- Análisis de la situación.
- Fijación de los objetivos de marketing.
- Definición de las estrategias de marketing.
- Marketing operativo: el plan de acción.
- Control y seguimiento.

##### 4. Vender, es gestionar en positivo.

- Organización del departamento comercial.
- Ventas inteligentes.
- Auditoría comercial exprés.
- Manual de ventas.
- Control y seguimiento del equipo de vendedores.
- El vendedor ideal.

##### 5. Brand Thinking. Centrifugando la marca.

- Brand Basics.
- La marca y el consumidor.
- Brand-based management.