

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Entender y aprender la potencialidad que el geomarketing aporta en el plan comercial, plan de ventas o plan de marketing.
- » Aprender no sólo a aplicar sencillas técnicas de geomarketing sino que permitan ver con otros ojos a clientes y Mercado.
- » Comprender que el geomarketing no es un software que hará por nosotros nuestras propias responsabilidades, sino ver en esta disciplina un aliado que ayudará en las decisiones de marketing.
- » Analizar como a través del geomarketing, las acciones de captación y fidelización serán acciones más medidas, analizadas y mucho más rentables.

PROGRAMA - FASES

- » La evolución de los mercados y de los clientes.
- » Las Bases de Datos.
- » Geomarketing.
- » La investigación de mercados.
- » El Micromarketing en la explotación comercial.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a Directores y Responsables de Marketing products managers... en definitiva, para toda aquella persona que quiera indagar en la disciplina del geomarketing y su aplicación estratégica en la actividad commercial.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*