



curso online bonificado

MARKETING DE LA ACTIVIDAD DE TRANSPORTE POR CARRETERA

Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador
Duración: 60 horas | Modalidad: online

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA.

1. Clasificación y organización de las empresas de transporte por carretera.
2. Análisis económico del mercado del servicio de transporte por carretera:
3. - Oferta y demanda de servicios de transporte.
4. - Indicadores básicos de información empresarial.
5. Indicadores básicos de la información comercial del transporte: nivel de actividad, precios de carburante, costes y otros.
6. Clientes en el transporte por carretera:
7. - Caracterización general de los principales tipos de clientes.
8. - Clientes en el sector viajeros.
9. - Clientes en el sector mercancías.
10. Asociaciones profesionales de transporte.
11. - Principales funciones y actividades.
12. Requisitos de acceso al mercado de transporte:
13. - Concepto y régimen legal: agencias, transitarios y almacenista-distribuidor.
14. - Transporte interior e internacional.
15. - Transportes exentos.
16. - Actividades auxiliares al transporte: los operadores logísticos, las estaciones de transporte y arrendamientos de vehículos sin conductor y vehículos arrendados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO DEL TRANSPORTE POR CARRETERA Y LOGÍSTICO.

1. Investigación de mercados y reconocimiento de oportunidades de negocio:
2. - Concepto: oportunidades de negocio y nichos de mercado
3. - Técnicas de análisis y detección de oportunidades de mercado.
4. - Análisis DAFO de alternativa de negocio: oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas.
5. Fuentes de información comercial y del sector:
6. - Definición de información y toma de decisiones empresariales.
7. - Observatorios del sector.

8. - Estudios.
9. - Revistas especializadas.
10. - Asociaciones profesionales de transporte.
11. Análisis de la información de mercados:
12. - Técnicas de investigación de mercados.
13. - Prospección de clientes.
14. - Estudios de mercado en el sector del transporte por carretera.
15. Segmentación de clientes en el mercado de transporte.
16. - Concepto de segmento y nicho de mercado.
17. - Cuota de mercado.
18. - Técnicas de segmentación aplicadas al transporte por carretera.
19. Estadística aplicable al estudio de mercado del sector.
20. - Técnicas de muestreo.
21. - Elaboración de cuestionarios para obtención de satisfacción y necesidades
22. - Presentación e interpretación de resultados.
23. - Aplicación de herramientas informáticas.
24. Planificación en la empresa: concepto y horizonte temporal.
25. - Elementos de los planes.
26. - Selección de objetivos.
27. - Determinación de acciones.
28. - Evaluación de alternativas.
29. - Planificación y dirección comercial estratégica.
30. - Plan de negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA.

1. El marketing de servicios:
2. - Concepto y utilidad para las empresas.
3. - El plan de marketing.
4. - Variables de marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
5. Política de producto:
6. - Concepto: el servicio de transporte.
7. - Tipos de servicios de transporte.
8. - Caracterización de la política de producto.
9. - Posicionamiento del producto.
10. - Estrategias de diferenciación comercial según tipo de servicio, producto y cliente.
11. Política de precio:
12. - El precio del servicio de transporte: costes, tiempo tránsito, frecuencias, etc.
13. - Escandallo de costes.
14. - Márgenes comerciales.
15. - Descuentos.
16. - Impuestos.
17. Política de distribución

18. - Concepto en el servicio de transporte.
19. - La red de venta interna y externa.
20. Política de comunicación o publicidad.
21. - Determinación del público objetivo.
22. - Elementos de comunicación y promoción.
23. - Medios publicitarios y soportes.
24. - Contenido del mensaje.
25. - Las relaciones públicas y la promoción de ventas.
26. Redacción y presentación del plan de marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROMOCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA.

1. Promoción del servicio de transporte:
2. - Medios y acciones: identificación de clientes potenciales y reales.
3. - Apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales.
4. - Fidelización de clientes y relaciones comerciales estables en el sector.
5. - Gestión de las relaciones con clientes.
6. Captación de clientes:
7. - Fases del proceso de captación.
8. - La planificación de la visita comercial.
9. La visita comercial:
10. - Contacto.
11. - Venta.
12. - Negociación y postventa.
13. Argumentación comercial y refutación de objeciones.
14. Técnicas de comunicación comercial con clientes.
15. - Elementos de comunicación verbal y no verbal.
16. - Técnicas de comunicación verbal y no verbal, escrita y oral que afectan a las relaciones con clientes.
17. - Presentación comercial de servicios de transporte por carretera.
18. Acciones de marketing directo:
19. - Diferentes acciones de marketing on line y off line.
20. - Cartera de clientes. Seguimiento del cliente.
21. El marketing «on line» aplicado al mercado de transporte por carretera.
22. - B2B y B2C en el ámbito del transporte y la logística.
23. Costes de las acciones de comercialización y promoción.
24. - Rentabilidad y eficiencia de las acciones promocionales.



Si quieres información o inscribirte,
pincha aquí y déjanos tus datos
para que nos pongamos en contacto

www.cubicformacion.com