

# **CURSO DE PROMOCION, MARKETING Y PUBLICIDAD PARA ESTABLECIMIENTOS DE LIMPIEZA EN SECO Y LAVANDERIA**

## **OBJETIVO**

LA PROMOCION Y PUBLICIDAD SE HACE IMPRESCINDIBLE PARA PROVOCAR UN MAYOR CONSUMO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN SECO EN NUESTROS CLIENTES Y PARA CAPTAR CLIENTES NUEVOS. EL **INCREMENTO DE VOLUMEN DE TRABAJO** SIGNIFICA REPARTIR LOS COSTES EN UN MAYOR NUMERO DE SERVICIOS POR LO TANTO CONTRIBUYE EN LA MEJORA DE LOS BENEFICIOS Y A RENTABILIZAR SU ESTABLECIMIENTO.

TAMBIEN SE TRATA DE ESTRUCTURAR UNA POLITICA DE FIDELIZACION DE CLIENTES (SE IMAGINAN TENER TODOS LOS CLIENTES QUE HAN TENIDO) SE TRATA DE CONSEGUIR A TRAVES DE LAS TECNICAS QUE SE VERAN EN EL CURSO, DESERCIÓN DE CLIENTES CERO.

EN ESTE CURSO ANALIZAREMOS PUBLICIDAD PROBADAS POR SU EFICACIA Y SUS RESULTADOS, VEREMOS COMO CONSEGUIR QUE LA PUBLICIDAD SEA UNA **INVERSION RENTABLE** Y NO UN GASTO.

EN **ITEL** FORMAMOS AL PERSONAL PARA QUE PRESTEN UN SERVICIO DE "**CALIDAD TOTAL**" Y PARA QUE LOS EMPLEADOS DISFRUTEN CON ELLO.

## **TEMARIO**

EL ESCAPARATE.

EL MOSTRADOR COMO HERRAMIENTA PUBLICITARIA.

POLITICA DE VENTA DE SERVICIOS.

EL CONSUMIDOR COMO OBJETIVO DE MARKETING:

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:  
CONDICIONANTES INTERNOS Y EXTERNOS.

MODELOS DE COMPORTAMIENTO.

LA POLITICA DE PRECIOS.

LA NATURALEZA DE LOS PRECIOS:

- FACTORES QUE INFLUYEN A LA HORA DE FIJAR LOS PRECIOS.
- METODOS PARA FIJAR PRECIOS.
- PRECIO Y COSTE. MARGEN DE RENTABILIDAD.
- PRECIO Y COMPETENCIA.
- EL PRECIO PSICOLOGICO.
- LA ESTRATEGIA DE PRECIOS EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.

CAMPAÑAS DE TEMPORADA.

COMUNICACIÓN:

- LA PLANIFICACION DE LA COMUNICACION.
- LA EFICACIA DE LA COMUNICACION.
- PROMOCION DE VENTAS: FACTORES DE MERCADO QUE INFLUYEN EN EL DISEÑO DE LA PROMOCION, TIPOS , OBJETIVOS, CONTROL Y RENTABILIDAD.

PUBLICIDAD DE CHOQUE PARA HACER UN SALTO EN EL VOLUMEN DE FACTURACION.

PUBLICIDAD DE IMAGENES.

CAMPAÑAS PARA CAPTACION DE NUEVOS CLIENTES.

EL PLAN DE MARKETING:

- EL PLAN DE MARKETING Y LA PLANIFICACION A LARGO PLAZO.
- VENTAJAS DE UN PLAN DE MARKETING.
- EL ANALISIS PARA LA PLANIFICACION.
- ERRORES MAS FRECUENTES EN LA PLANIFICACION.
- CONTENIDO DEL PLAN DE MARKETING.
- FORMULARIOS.

EJEMPLOS PRACTICOS DE CAMPAÑAS EXITOSAS Y ANALISIS DE RESULTADOS.

MARKETING DE LOS SERVICIOS:

- PRINCIPALES ELEMENTOS Y PUNTOS ESTRATEGICOS EN EL SERVICIO.
- LOS PROBLEMAS DE LA VENTA DE SERVICIOS.
- PRESENTACION DE EJEMPLOS FISICOS.

- COMO MANEJAR Y RENTABILIZAR LOS PRESUPUESTOS DE PUBLICIDAD.
- EJEMPLO CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD COSTE CERO.