

33 años
**Creciendo
juntos**

www.een.edu

**DIPLOMADO
DIRECCIÓN COMERCIAL
Y MARKETING EN EL
SECTOR AUTOMOTRIZ**

Dirección Comercial y Marketing en el sector Automotriz

El programa forma profesionales del sector automotriz con un pensamiento directivo asentado en el conocimiento de los parámetros básicos que gobiernan tanto las operaciones comerciales como las bases del área del marketing en el creciente y complejo mundo de la automoción. A la vez adquirir competencias multidisciplinares para la gestión de proyectos tanto desde el punto de vista de la marca matriz, como de la concesión que comercializará el producto y atenderá al cliente final en su ciclo de vida completo.

Escuela Europea de Negocios, con una concepción global de los negocios, provee a sus alumnos de una formación práctica y orientada a la empresa, carácter emprendedor y espíritu humanista.

Enfoque

La orientación de este programa superior es que los alumnos conozcan la realidad empresarial en el entorno internacional a través del aprendizaje experiencial proporcionado por el claustro docente de Escuela Europea de Negocios, formado por destacados directivos y ejecutivos en cada área. De igual modo, además de los conocimientos técnicos, se impregna a los alumnos con las habilidades directivas y sociales que todo líder debe tener.



Formar profesionales del sector automotriz con un pensamiento directivo asentado en el conocimiento de los parámetros básicos que gobiernan tanto las transacciones comerciales como las bases del área del Marketing en el creciente y complejo mundo de la automoción.

Adquirir competencias multidisciplinares para la gestión de proyectos automotrices tanto desde el punto de vista de la Marca matriz, como del Distribuidor intermediario o de la Concesión que comercializará el producto y atenderá al cliente final en su ciclo de vida completo.

Proporcionar los conocimientos necesarios para diseñar y llevar a la práctica un Plan Comercial y de Marketing de principio a fin, así como para ser capaz de medir, controlar y modificar las acciones necesarias para conseguir los objetivos propuestos de un negocio automotriz.

Desarrollar las habilidades básicas para enfrentarse inmediatamente al entorno exterior del sector del automóvil, hablando desde el primer momento el mismo lenguaje y manejando los mismos conceptos que un profesional.

Proporcionar una visión general del negocio automotriz, de los diversos actores o agentes reguladores, asociaciones y proveedores, que capaciten al alumno a aplicar correctamente los conceptos y herramientas vigentes de la Gestión Comercial y de Marketing.

Preparar y entrenar las formas de pensar y analizar el negocio del automóvil, para poder **desarrollar e implementar las estrategias innovadoras** que surjan en la vida laboral del participante, así como a **familiarizarse** con mirar el entorno desde varios puntos de vista para enriquecer el proceso de toma de decisiones.

Dirección Comercial y Marketing en el sector Automotriz

programa

Tema 1. Gestión Comercial en automoción

Introducción al proceso de venta en automoción: comportamiento del cliente moderno. El vendedor y las técnicas de cierre.

Estructura comercial: departamento de **ventas en Concesión, y en Marca. Posiciones y perfiles profesionales.**

La Red Comercial: división del territorio y análisis zonal.

Los objetivos de ventas: fijación y medición. Área de Responsabilidad Primaria y Potencial de Mercado. Evaluación de Desempeño de una concesión.

La retribución del vendedor de automóviles: fijo y variable, rappelés. Ejemplos.

Tipos de Cliente: Particular, Empresa, RAC. Formas de venta y procesos diferentes.

Estructura de Rappelés comerciales: diseño desde la Marca y estrategia desde la Concesión. Ejemplos y resultados reales.

La Agenda del Vendedor: reglas básicas. Estructura de tiempos y mejores prácticas.

El Mystery Shopping: ¿por qué?. Proceso real y parámetros cualitativos.



Durante estos años Escuela Europea de Negocios ha sido seleccionada como una de las mejores instituciones de formación del mundo para directivos, obteniendo el reconocimiento por parte de diferentes medios especializados.

Dirección Comercial y Marketing en el sector Automotriz

programa

Tema 2. Gestión de Marketing en automoción

Funciones del Marketing: necesidades, productos, comunicación, publicidad. Ejemplos en automoción.

Herramientas de análisis e investigación de mercados: investigación de datos y de actitudes. Encuestas a cliente. Ejemplos en automoción.

Automoción y su Marketing Mix: Price, Product, Promotion and Placement (4Ps). Mercado y Competencia. Ejemplos en automoción.

Ciclo de vida del producto automotriz: curvas de tiempo y volumen. **Rentabilidad. Estrategias de corto y largo plazo.** Ejemplos en automoción.

Segmentación del mercado: ¿Por qué y para qué?, introducción.

Concesiones y Marcas, análisis estratégico: 5 Fuerzas Porter y DAFO.

Automotive Product & Price Analysis: análisis competencia. Ejemplos.

Model Launching & Run Out: estrategias de lanzamiento y de fin de serie. **Liquidación y convivencia de gamas Model Year.** Ejemplos en automoción.

Objetivos cuantitativos y cualitativos en Publicidad: SOV (Share of Voice), Cobertura, OTS (Opportunities To See), GRPs (Gross Rating Point), etc ...

Medición del Tráfico: Tráfico Exposición y Tráfico Web & RRSS. Introducción a Google Analytics y a los softwares de gestión.

Imagen corporativa: estándares de marca, homogeneidad. Ejemplos.

Marketing en Marca versus Concesión: medios publicitarios tradicionales y online, circuito vallas exteriores, ferias locales, acciones tácticas, marketing mancomunado zonal, etc ... Ejemplos reales.



Dirección Comercial y Marketing en el sector Automotriz

programa

David Valdes Heugas

Tema 3. Nuevos medios de Marketing Digital y CRM

Internet y automóvil: cambios versus procesos tradicionales

El Automóvil en las Redes Sociales: presencia, dinamismo y atención al usuario. Ejemplos reales de ayuda a la venta.

El Marketing Mobile: ejemplos de venta y posventa en el sector.

El E-Commerce y m-Commerce: cifras, promedios, tasas de conversión.

Tiendas Virtuales: de Recambios (ejemplos de tiendas de recambios), y de Vehículos (ejemplos uso de Google Glass, experiencias y ejemplos reales).

Nuevas experiencias de distribución del automóvil: primeras tiendas en centros comerciales y mini-tiendas (UK, España, Francia).

El Marketing Viral: ejemplos de campañas de fabricantes.

CRM (Customer Relationship Management) en el Automóvil: la visión 360º del cliente. Desde la 1ª oferta a la 2ª venta.

Los datos del cliente: Tratamiento de BBDD. Leyes de Protección de Datos Personales. Calidad en la entrada. Normalización y deduplicación.

Customer Experience: ejemplos de Customer Journey en el automóvil.

“Lo que construye la marca no es el mensaje, es la experiencia que se vive con ella.”
Alex Pallete



Metodología

E-learning a través del campus Escuela Europea de Negocios. Clases virtuales en directo con tecnología CISCO.
Tutorización personal del profesor responsable.
Resolución de casos prácticos.

La evaluación del alumno tendrá en cuenta el grado de conocimientos adquiridos así como las habilidades de comunicación escrita y oral. La nota final se determinará como a continuación se detalla

Actitud y participación en las sesiones: 20 %
Casos escritos individuales: 30 %
Casos escritos en grupo: 30 %
Evaluación final: 20 %

sistema de evaluación

Dirección Comercial y Marketing

Profesores



Jesús Sanchis

Director General. MERSUS Automotive Solutions, S.L.
Coordinador & Implantador. proyecto Volvo Personal Service. Volvo Car Corporation.
Auditor & Especialista de Garantías para Europa Occidental y del Este. Ford Motor Company.
Executive MBA.
Ingeniería de Automoción. Escuela Universitaria Ford España.
Ingeniero Técnico Industrial.



Alexandro González

Dirección y administración de empresas en UCLA California

Postgrado en calidad e ingeniería, gestión y desarrollo empresarial en Detroit Mich.

Dirección de Empresas y Liderazgo impartido por EADA

Socio Fundador de Automotive Center en EEUU

Responsable Area Postventa - Audi

Desarrollo y proyecto en gestión para fabricantes y concesionarios, mejora de procesos en Postventa, CRM, Marketing, e-Marketing, Ventas, Customer Experience, Customer Journey, tecnología IT (Audi-VW-Skoda, SEAT, PSA, BMW, Renault, Toyota, KIA, Volvo, Ford, Jaguar, Lexus, Hyundai, Maserati)

Por MBE, SL: Gestion y desarrollo del proyecto de remarketing para empresas SINTAX Logística del grupo ACS & METRATIR Automóviles, S.L.

DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

Titulación

Diplomado En
**Dirección Comercial
y Marketing en
el sector Automotriz**

Calendario

Módulo online

Videoconferencias

Tasas

Inscripciones