

## Contenidos

### Programa de “Especialización en Dirección Comercial y Marketing en sector automoción”

Convocatoria 12 de junio

#### Área nº 1: Comercial

1. **Escenario global del sector automoción:** cifras macro EU, América, Asia. Producción, exportación. Mercado e Industria Auxiliar España. Cifras VO.
2. **El proceso de venta:** venta tradicional versus venta actual. Proceso de venta generalista versus venta automoción. El cliente y particularidades.
3. **Tipos de mercado y clientes:** Particular (cuotas y rentabilidad), Empresa (diferencias versus Particular) y RAC (buy-back y vehículos a riesgo).
4. **La red comercial y desarrollo de red:** aperturas y cierres de puntos de venta, tareas y funciones del dpto. El BER y la distribución selectiva y cualitativa.
5. **Estructura comercial de un concesionario:** el asesor comercial, el administrativo del dpto. comercial, el jefe de tienda, el jefe de ventas y el gerente. Perfil, cualidades, formación, tareas y responsabilidades.
6. **Estructura comercial de una marca:** el gerente comercial de zona, el administrativo del dpto. comercial, el regional manager, el director comercial. Perfil, cualidades, formación, tareas y responsabilidades.
7. **Cuota de mercado y objetivos de venta:** parque rodante, estadísticas y fuentes sector, proveedores de información, cuota de mercado y cálculo.
8. **El precio: estructura, precios “desde” y otros reclamos:** caro y barato (psicología), precios “desde”, cuota mensual con financiación, la formación del precio desde la marca para la concesión y para el cliente.
9. **La rentabilidad, campañas comerciales y descuentos:** campañas comerciales de marca y descuentos de concesión, esfuerzo promocional en España y EU, ofertas de fin de mes, la rentabilidad y medición.
10. **Retribución del concesionario y del vendedor:** fijo y variable, objetivo externo de la marca e interno del dealer, **rappes, calidad, consecución.**
11. **El Test drive:** ¿por qué y para qué?, el método, el recorrido, los estándares de marca, el control y la medida del test drive.
12. **La automatriculación: el Km 0 y el vehículo demo:** descuentos y relación con objetivos, el Km 0 en España, su desposicionamiento frente al VN.
13. **El mystery shopping:** ¿por qué y para qué?, proceso y bases, cuestionarios tipo, resultados, buenas y malas prácticas, proveedores especialistas.
14. **La financiación:** comunicación en cuota vs comunicación precio, la venta cruzada. Financiación convencional y programas “multiopción”, la renovación y el Total Cost of Ownership (T.C.O), impacto en cuenta de explotación, financiera de marca vs financieras externas, la figura del F&I en el concesionario, oferta financiera en VO. Marco legal, obligaciones de permanencia y penalizaciones. El futuro de la financiación de la movilidad.
15. **El vehículo de ocasión:** cifras España, antigüedad, diferencias regionales. Rotación y días stock. Gastos de reacondicionamiento. Mercado mundial, USA versus EU. Programas de certificación. Internet y la transparencia.
16. **Logística y stock:** suministro de fábrica a National Sales Company, y a dealer. Gestión del stock en marca y concesión. Transporte por mar, ferrocarril y carretera, España versus EU. La estancia en campa y sus gastos. Proveedores.
17. **Softwares de ayuda a la venta:** la saturación administrativa del vendedor. Calidad en las DDBB. El valor de un lead. Recogida de datos en exposición y en Internet. Medición del tráfico. Flujos de datos entre los software ERP, DMS, CRM de marca y concesión y las web de la financiera, home de marca, dealer web, configurador de marca, etc. Proveedores especialistas.
18. **Casos prácticos:**
  - a. Aprovechamiento espacio físico en showroom según gama y ventas
  - b. Cálculo de cuotas de mercado según objetivos comerciales
  - c. Cálculo de listado de precios para Dealer y para Cliente
  - d. Cálculo de rapeles según consecución de objetivos
  - e. Cálculo de rentabilidad de vehículos demo y desposicionamientos
  - f. Cálculo de retribuciones a equipo comercial y de rapeles a dealer
  - g. Mystery shopping de automóvil y motocicleta

## Área nº 2: Marketing

1. **Objetivos del Marketing:** Misión - Visión – Estrategia
2. **Marketing estratégico y marketing táctico**
3. **Herramientas de análisis e investigación de mercados:** investigación de datos y de actitudes. Encuestas a cliente. Ejemplos en automoción.
4. **Automoción y su Marketing Mix:** Price, Product, Promotion and Placement (4Ps). Mercado y Competencia. Ejemplos en automoción.
5. **Ciclo de vida del producto automotriz:** curvas de tiempo y volumen. Rentabilidad. Estrategias de corto y largo plazo. Ejemplos en automoción.
6. **Segmentación del mercado:** ¿Por qué y para qué?, introducción.
7. Concesiones y Marcas, **análisis estratégico:** 5 Fuerzas Porter y DAFO.
8. **Posicionamiento de Producto: Marca y Modelos**
9. **Automotive Product & Price Analysis:** análisis competencia. Ejemplos.
10. **Model Launching & Run Out:** estrategias de lanzamiento y de fin de serie. Liquidación y convivencia de gamas Model Year. Ejemplos en automoción.
11. **Objetivos cuantitativos y cualitativos en Publicidad:** SOV (Share of Voice), Cobertura, OTS (Opportunities To See), GRPs (Gross Rating Point), etc ...
12. **Medición del Tráfico:** Tráfico Exposición y Tráfico Web & RRSS. Introducción a Google Analytics y a los softwares de gestión.
13. **Imagen corporativa en automoción:** estándares de marca, homogeneidad. Ejemplos en redes oficiales y en redes multimarca.
14. **Marketing en Marca versus Concesión:** medios publicitarios tradicionales y online, circuito vallas exteriores, ferias locales, acciones tácticas, marketing mancomunado zonal, etc ... Ejemplos reales.
15. **BTL (Below The Line):** Eventos Patrocinios y Relaciones Publicas
16. La importancia de **la prensa**
17. Micro marketing y **Marketing de guerrilla en la concesión**
18. **Experiencia de Propiedad** y Ciclo de vida del cliente
19. **Satisfacción de Clientes**
20. **Fidelización**
21. **Internet y automóvil:** cambios versus procesos tradicionales
22. **El Automóvil en las Redes Sociales:** presencia, dinamismo y atención al usuario. Ejemplos reales de ayuda a la venta.
23. **El Marketing Mobile:** ejemplos de venta y posventa en el sector
24. **El Marketing Viral:** ejemplos de fabricantes automoción
25. **El E-Commerce y m-Commerce:** cifras, promedios, tasas de conversión.
26. **Tiendas Virtuales: de Recambios** (ejemplos de tiendas de recambios), **y de Vehículos** (ejemplos uso de Google Glass, experiencias y ejemplos reales).
27. **Nuevas experiencias de distribución del automóvil:** primeras tiendas en centros comerciales (España, UK). El caso TESLA. Amazon Automotive Parts USA.
28. **CRM (Customer Relationship Management) en el Automóvil:** la visión 360º del cliente. Desde la 1ª oferta a la 2ª venta.
29. **Los datos del cliente:** Tratamiento de BBDD. Leyes de Protección de Datos Personales. Calidad en la entrada. Normalización y deduplicación.
30. **Customer Experience:** ejemplos de customer journey en el automóvil.
31. **Casos y ejercicios prácticos:**
  - a) Análisis de una web de fabricante de automóviles y otra de motocicletas
  - b) Análisis de una web de concesionario automóviles y otra de motocicletas
  - c) Análisis de posicionamiento de un modelo de automóvil en un país
  - d) Diseño de estrategia de comunicación para el lanzamiento de ese modelo en ese país
  - e) Ejercicio marketing tradicional de cálculo GRPs y OTSs en medio escrito
  - f) Cálculo de efectividad marketing online: tráfico, emailing aperturas, clicks, leads generados, bajas, etc ...
  - g) Ejercicio de Mystery shopping on line: análisis de acciones CRM