



Asociación Mexicana
del Asfalto, A.C.



Centro de Actualización Profesional
e Innovación Tecnológica del CIM, A.C.

DEL ASFALTO A LA MERCADOTECNIA CONQUISTANDO EL MUNDO DE LA CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURA



CURSO Impartido por la
MGIT Diana Gallardo Oliva

Duración: En línea - 20 horas / Viernes de Agosto y Septiembre 2024

30 Agosto 9:00 am a 1:00 pm (4)
06 Septiembre 9:00 am a 1:00 pm (4)
13 Septiembre 9:00 am a 1:00 pm (4)
20 Septiembre 9:00 am a 1:00 pm (4)
27 Septiembre 9:00 am a 1:00 pm (4)

INTRODUCCIÓN

La industria de la construcción desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y social de cualquier país, desafiada a encontrar nuevas formas de conectar, involucrar y satisfacer las necesidades de los clientes, cuya complejidad subraya la importancia de adaptarnos y evolucionar constantemente.

Este curso es una invitación a transformar la manera de ver y aplicar la comunicación de tu marca, aprenderás a construir marcas con una identidad fuerte, dominando estrategias que te colocarán al frente de la innovación.

OBJETIVO GENERAL

Exploraremos las tendencias, estrategias y mejores prácticas en mercadotecnia B2B adaptadas a la industria de la construcción, desde la identificación de oportunidades hasta la implementación de estrategias efectivas y la construcción de relaciones sólidas con los clientes.

Nos sumergiremos en temas como la digitalización de la industria, la importancia del contenido relevante y educativo, la optimización de la experiencia del cliente y mucho más.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Proporcionar un entendimiento integral de la mercadotecnia industrial aplicada al sector de la construcción de infraestructura.
- Desarrollar habilidades críticas en estrategia de mercadotecnia, branding, y comunicaciones de marketing específicas para el sector de la construcción.
- Analizar tendencias actuales y futuras en el mercado de la construcción para adaptar y liderar estrategias de marketing efectivas.
- Fomentar la innovación y el pensamiento creativo en la promoción de proyectos de infraestructura.

DIRIGIDO A

Empresas constructoras, contratistas de gobierno, dueños, directores generales, empresarios constructores, Ingenieros civiles, directores comerciales, gerentes de ventas, ejecutivos relacionados con el área de comunicación y atención al cliente, personas que estén relacionadas o interesadas en el tema.

MÓDULOS

El curso está estructurado en 5 módulos, cada uno con sesiones que combinan teoría y práctica, lectura, video, y foro de discusión para una experiencia de aprendizaje integral y dinámica.

• MÓDULO I: Introducción a la Mercadotecnia Industrial en la Construcción (30 de Agosto)

Fundamentos de la Mercadotecnia Industrial

Presentación sobre las diferencias entre mercadotecnia industrial y de consumo

Discusión sobre casos de éxito en mercadotecnia industrial

Visión General de mercadotecnia en el sector de Construcción de Infraestructura

Hablar sobre la postura de sus empresas hacia las áreas / agencias de mercadotecnia

Investigación de mercado y análisis de la competencia: Simulación de un análisis de la competencia usando datos ficticios.

- **MÓDULO II: Branding y Posicionamiento (6 de Septiembre)**

Creación y Gestión de Marcas en el Sector de la Construcción

Marcas

Conceptos básicos de branding, identidad visual y gestión de marca.

Creación de una identidad de marca para una empresa ficticia.

Técnicas de posicionamiento de marca.

Presentación de estrategias de posicionamiento desarrolladas por los equipos.

Casos de estudio de marcas fuertes. Evaluar la efectividad de las estrategias de posicionamiento.

- **MÓDULO III : Marketing Digital y Redes Sociales (13 de Septiembre)**

Aplicación de Herramientas Digitales y Redes Sociales

Porque es importante el uso de redes sociales, herramientas digitales más relevantes y redes sociales en el marketing industrial.

Análisis de contenidos y selección de audiencias.

Videos ejemplo

- **MÓDULO IV: Optimización de la Experiencia del Cliente (20 de septiembre)**

Construye experiencias impactantes

La importancia del servicio al cliente.

Gestión de la Satisfacción del Cliente y la Lealtad a la Marca, Casos de estudio de empresas con excelente servicio al cliente

Competencias para desarrollar y presentar un plan de mejora de la experiencia del cliente

Desarrollo de un plan de experiencia al cliente

• **MÓDULO V: Cierre - Proyecto Final (27 de Septiembre)**

Desarrollo del Proyecto Final

Revisión y consolidación de los conocimientos adquiridos.

Trabajo en equipos para desarrollar una campaña de mercadotecnia integral.

Dinámica: Presentación de los proyectos finales.

Conclusiones

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El curso "Del Asfalto a la Mercadotecnia: Conquistando el Mundo de la Construcción de Infraestructura", proporciona una visión integral y práctica de la mercadotecnia industrial aplicada al sector de la construcción. A través de 30 horas en línea durante el verano de 2024, se abordarán tendencias, estrategias y mejores prácticas en mercadotecnia B2B, digitalización de la industria, creación de contenido relevante, y optimización de la experiencia del cliente. Este curso está diseñado para transformar la comunicación y el branding en el sector, fomentando la innovación y el pensamiento creativo para liderar proyectos de infraestructura. Se recomienda a las empresas constructoras y profesionales del sector adoptar herramientas digitales, centrarse en la satisfacción del cliente, desarrollar marcas fuertes y fomentar la capacitación continua para mantenerse a la vanguardia en el competitivo mercado de la construcción.

EVALUACIÓN

- Asistencia 10%
- Participación en dinámicas 30%
- Ejercicios prácticos y talleres 30%
- Proyecto final y presentación 30%