



Metro de Madrid, S.A.



GRUPO DE MARKETING DE ALAMYS





ANTECEDENTES

En la Asamblea General de Alamys celebrada en Medellín en noviembre de 2005, se acordó constituir el **GRUPO DE MARKETING**.

Este Grupo de Trabajo surge como respuesta a la necesidad de compartir ideas y experiencias en este ámbito.

Los componentes del Grupo son:

- **Coordinación** Metro de Madrid
- **Coordinadores Adjuntos:** Metro de Bilbao - Metro de Sao Paulo



OBJETIVOS

Los objetivos que se persiguen en esta Comisión son los siguientes:

- ☐ Establecer un foro de opinión sobre temas de marketing
- ☐ Crear un entorno en el que los participantes de la Asociación puedan compartir experiencias desarrolladas en marketing
- ☐ Compartir conocimientos de marketing con otras personas y empresas que puedan ser de interés común
- ☐ Realizar trabajos de marketing compartidos que aporten valor a todos los participantes
- ☐ Posibilitar la realización de actividades técnicas relacionadas con el marketing



PRÓXIMOS PASOS

Contactar con los coordinadores adjuntos para planificar las acciones a realizar.

Entre las acciones a realizar estarían:

- ❑ Comunicar a las empresas asociadas, la puesta en marcha del Grupo de Trabajo, sus objetivos y personas de contacto. Con esta acción se intentará buscar participantes en el Grupo.
- ❑ Envío de un sencillo cuestionario que nos permita conocer básicamente las situaciones particulares en materia de marketing de manera que se pueda ver las semejanzas y diferencias de enfoque y conocer aspectos de interés de cada uno de ellos.
- ❑ Plantear una relación de temas a tratar y priorizarlos en función del interés de los participantes del Grupo, comenzando la marcha de la misma.



TEMAS DE INTERÉS

Investigación de mercado:

- ☐ Técnicas más utilizadas.
- ☐ Nuevas tendencias
- ☐ Herramientas de gestión de la información
- ☐ ...

Constitución de servicios añadidos a la oferta de transporte.

Parámetros de medición de eficacia y eficiencia de las acciones de marketing.

Nuevas tendencias aplicadas al marketing:

- ☐ Marketing de la Experiencia
- ☐ SMS como herramientas de comunicación
- ☐ ...

Imagen e identidad corporativa

Marketing interno en el proceso de generación de una Cultura de orientación al cliente.

CRM

ORGANIZACIÓN DE MARKETING

Nombre de la Compañía

*Autoridad
Transporte*

☐

Operador

☐

*Empresa
privada*

☐

*Empresa
Pública*

☐

Otros

☐

Persona de contacto

Estructura de la función de Marketing dentro del Organigrama de la Empresa

(Breve esquema de la organización de Marketing y su posición relativa en el marco de la empresa)

Relación con las Administraciones *(Autoridad de Transporte en su caso, administración local, regional o nacional)*

Dimensión de la Estructura de la función de Marketing

Nº personas Directas

Nº Personas Indirectas

(Contratos externos)

Presupuestos (1):

(En USA \$)

Gastos:

Total

Inversión:

Total

Campañas de Publicidad

Encuestas

Eventos

Promociones

Merchandising

Relaciones Públicas

Información y atención al cliente

Otros

(1) Datos anuales del último ejercicio disponible

Temas de su interés en el ámbito de la función de Marketing



Metro de Madrid, S.A.



GRUPO DE MARKETING DE ALAMYS

Gracias por su atención

