



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
- Coordinadores Adjuntos:

Metro de Madrid

Metro de Bilbao - Metro de São 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

