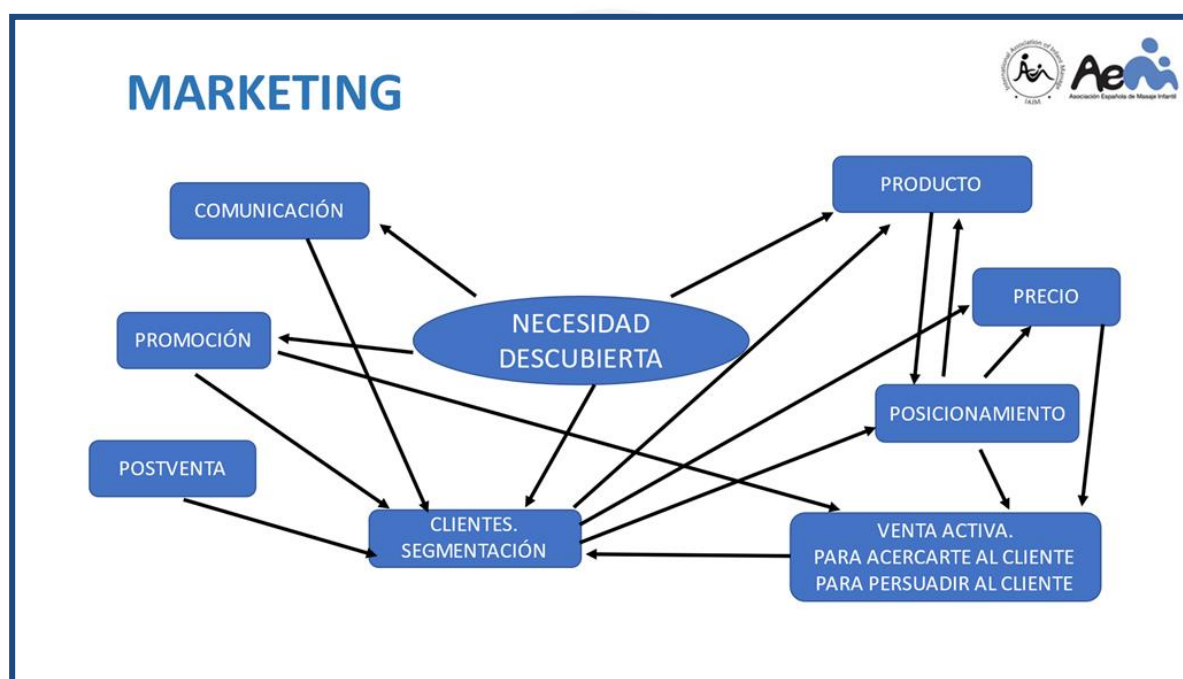


## HERRAMIENTAS DE MARKETING PARA CIMIs DE IAIM

### CÓMO PROMOCIONAR TUS CURSOS DE MASAJE INFANTIL



No tendría porqué darse que una CIMI bien preparada y activa no encuentre familias para sus cursos de Masaje Infantil IAIM. La sola buena voluntad y el saber no son suficientes. Este curso enseña de manera práctica y accesible cómo toda CIMI puede aplicar las técnicas de marketing a esa labor.

Con este curso se quiere conseguir lo dicho por Vimala McClure: *Esperamos seguir manteniendo nuestro objetivo, que es divulgar la “nutrición afectiva” y que todos los niños y niñas, sus padres y sus cuidadores, sean valorados y respetados en todo el mundo.*

**DIRIGIDO A:** Educadoras de Masaje Infantil Certificadas por IAIM.

**OBJETIVOS:**

- Aprender a segmentar e identificar los colectivos familiares “diana” a los que dirigirse en función del “posicionamiento” escogido por la CIMI
- Comunicarse de manera adecuada, tanto por canales on-line como tradicionales.
- Aprender a establecer mecanismos de llegada a esos colectivos de manera directa y/o por prescriptores y cómo contactarlos.
- Desarrollar sistemas de consecución de notoriedad que hagan más alta la presencia de la CIMI entre ese conjunto de prescriptores.
- Identificar y poner en práctica diferentes componentes del “marketing mix” que debe implementar una CIMI: Segmentación-Posicionamiento, política de precios, definición de la cartera de productos, comunicación, promoción, venta activa, postventa, etc.
- Aprender a establecer el propio plan de marketing.

**FORMATO:** ON-LINE

**DURACIÓN:** 6,5 horas lectivas

**HORARIO:** de 9:00 horas a 16:30 horas. (Descansos y pausa almuerzo incluidas)

**MATERIAL:** Dossier + libro *“El Taller de masaje INFANTIL. Herramienta de marketing de la educadora IAIM”* (2ª EDICIÓN) de Ángela Fernández.

**PRECIO DEL CURSO:** Socias de AEMI: **95€** - No socias de AEMI: **115€**

**FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN:** <https://forms.gle/LVoBksGZj7VhtySg8>

**Inscríbete y podrás establecer tu propio plan de marketing supervisado por la docente del curso**

## **DOCENTE:** Angela Maria Fernández Bueno.

Ayudante Técnico Sanitario (Fundación Jiménez Díaz. Madrid). Diplomada en enfermería y con Título de *Enfermera Especialista en Enfermería Pediátrica*.

Ha obtenido diplomas de postgrado en: “Enfermería pediátrica”, “Terapias naturales orientales y occidentales” (Escuela Universitaria de enfermería y Fisioterapia Blanquerna, Barcelona) y de “Salud Comunitaria en países en desarrollo”, (UAB).

En su momento, y por oposición, accedió a los cuerpos de Instructoras Sanitarias y al de Practicantes de la Lucha Antivenérea.

Profesionalmente, ha trabajado como ATS en el Servicio de Neonatología de la FJD, en la Jefatura Provincial de Sanidad de Madrid como instructora sanitaria y como enfermera en el “Centro de referencia de las enfermedades venéreas de Cataluña”.

Como enfermera en pediatría ha ejercido en los servicios de pediatría del Centro de Atención Primaria “CAP Carmel” de Barcelona y del Centro de Salud “La Palma-Universidad” de Madrid.

Como CIMI ha realizado numerosos cursos de Masaje Infantil, tanto en los centros sanitarios donde trabajó, como en clínicas maternas privadas. Es una difusora entusiasta del Masaje Infantil, labor que realiza en numerosos talleres en centros de salud, foros culturales, asociaciones familiares, bibliotecas, etc. Ha presentado trabajos profesionales y “posters” para las diferentes Asambleas y Jornadas de AEMI y de la IAIM.

## **PROGRAMA**

### **Introducción-. (10 minutos)**

Presentación de participantes y de la Educadora docente del curso.  
Revisión de los objetivos y del programa-agenda del curso.

### **Tema 1-. El Marketing y su significado. (30 minutos)**

¿Por qué una Educadora de Masaje Infantil IAIM debe utilizar el marketing para conseguir familias para sus cursos?

¿Qué es el marketing? ¿Cuáles son sus herramientas? ¿Por qué debemos utilizarlo para realizar nuestros cursos de Masaje Infantil?

El esquema global de las acciones de marketing y sus interrelaciones.

La base del marketing: el descubrimiento de necesidades.

## **Tema 2-. Nuestro posicionamiento y la segmentación de las familias clientes. (60 minutos)**

La necesidad de posicionarnos. Razones y consecuencias.

La segmentación de la clientela desde el posicionamiento: los conceptos "TAM, SAM y SOM"

La segmentación, ejercicio práctico.

## **Tema 3-. El Producto (30 minutos)**

Definición del catálogo de cursos de una CIMI desde una óptica de marketing y según el posicionamiento escogido. Presentación de ejemplos y discusión de la oferta presentada.

## **(Descanso: 10 minutos).**

## **Tema 4-. La Comunicación. (60 minutos)**

Los diferentes modos de llevarla a cabo: Publicidad, relaciones públicas, acciones promocionales, etc.

La clave en toda buena comunicación: "AIDA".

La comunicación ante un grupo: el decálogo a respetar.

Cómo utilizar la comunicación para saber de los móviles de elección de nuestros posibles clientes: "MICASO".

Ejercicio práctico de descubrimiento de móviles de elección en un taller promocional.

## **Tema 5-. El Precio (15 minutos)**

Su fijación en coherencia con el posicionamiento y con las acciones de la competencia

Forma de practicar descuentos y bonificaciones.

Ejemplos prácticos.

## **Tema 6-. La Venta Activa. (45 minutos)**

En entrevistas directas

En talleres y conferencias

Ejercicio práctico: Establecimiento de un cuadro de características técnicas transformadas en ventajas para los padres.

## **(Descanso-pausa: 60 minutos).**

### **Tema 7-. La Promoción (60 minutos)**

Elementos publicitarios externos (No en la red)

Elementos publicitarios en la red: posicionar la propia página web, crear comunidades en las redes sociales, SEO-SEM, etc.

Ejercicio práctico. Discusión de diferentes medios posibles de promoción y de darse a conocer según las situaciones en que puede encontrarse una Educadora de Masaje Infantil IAIM.

### **Tema 8-. La Postventa (15 minutos)**

Su importancia y medios posibles

Ejemplos de acciones de fidelización

### **Tema 9.- Ideas importantes respecto al cómo ejercer el marketing por una CIMI (10 minutos)**

Los “diferenciadores” de éxito.

Las grandes ideas a retener

### **Tema 10-. Cómo confeccionar el propio plan de marketing por una CIMI (45 minutos)**

En que consiste el plan

Qué apartados debe contener.

Cómo elaborarlo, aspectos económicos a tener en cuenta. La programación en el tiempo.

Instrucciones para elaborar el proyecto fin de curso con el plan de marketing individual de cada CIMI y de las tutorías durante ese proceso con la directora del curso.

### **Conclusiones finales del curso. (10 minutos)**

**La inscripción y seguimiento del curso comporta el derecho a establecer por cada participante, si lo desea, su propio plan de marketing según lo visto en el curso y a mantener contactos “on-line” con la docente del curso para obtener sugerencias y ayuda en la realización del mismo, dentro de los sesenta días posteriores al curso.**