

DIPUTACIÓN Y CÁMARA DE BILBAO LANZAN “INDUSTRIAL MARKETING CENTRE” PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES INDUSTRIALES

Bizkaia
20 de julio de 2020

IMC quiere dar respuesta a las necesidades del tejido industrial para que innove y avance en la digitalización de sus estrategias de marketing y el acceso a nuevos mercados

La Cámara de Comercio de Bilbao y la Diputación Foral de Bizkaia ponen en marcha Industrial Marketing Centre, una nueva iniciativa para facilitar que el tejido industrial del territorio pueda dar nuevo salto hacia la innovación y digitalización en el ámbito del marketing.

Tras analizar el sector, se ha detectado que la posición de las empresas vascas en innovación en marketing industrial está por debajo de la de nuestro entorno europeo. Y, en concreto, se identifica un déficit de capacidades para que las pymes asuman digitales en relación el mercado. Industrial Marketing Centre - IMC surge para dar respuesta a estas necesidades y cuenta, además, con el apoyo de ESIC y Cámarabilbao University Business School.

IMC se alinea con la estrategia del departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia para acelerar la innovación industrial y la reactivación inteligente en el territorio mediante servicios que generen impacto en los resultados. En el caso de Cámarabilbao y ESIC refuerzan su posicionamiento como marca de referencia en el ámbito de la formación en marketing.

Industrial Marketing Centre apoyará a todas aquellas empresas con servicios relacionados con el marketing industrial y el desarrollo de mercados, así como de inteligencia comercial. IMC nace con la vocación de convertirse en un centro de alto rendimiento, en el que la investigación, la formación, la difusión y la prestación de servicios de apoyo, conviertan a Bilbao y Bizkaia en un foco del talento.

Las líneas de trabajo de IMC se presentan en tres fases. La primera de ellas es la generación de conocimiento, con actividades para identificar, articular y estandarizar conocimiento relacionado con la innovación en marketing. La segunda es la difusión de conocimiento y formación, con actuaciones para compartir el conocimiento relacionado con la innovación en marketing. Y, finalmente, los servicios de apoyo a la acción para impulsar el despliegue de proyectos de mejora y originalidad en marketing en las empresas industriales.