

Тренинг по маркетингу: как создать, завоевать и удержать рынок

Тренинг рассчитан на директоров компаний, руководителей отделов маркетинга и промоушна, менеджеров всех уровней – по маркетингу, по работе с клиентами, специалистов по рекламе и PR.

Цели и задачи тренинга

- диагностировать проблемы предприятия;
- диагностировать исходный уровень подготовки каждого маркетолога;
- повысить квалификацию маркетологов;
- выявить и развить способности маркетологов к творческим, неординарным подходам в решении задач по развитию Компании;
- закрепить следующие навыки самостоятельного планирования «МАРКЕТИНГА-МИКС»:
- как анализировать, исследовать и выбирать рынки на практике;
- как разрабатывать стратегию противостояния рискам и угрозам;
- как формировать спрос и стимулировать сбыт, выбирая наиболее эффективные методы маркетинговых коммуникаций;
- как организовывать промоушн;
- как повышать конкурентоспособность, бороться с конкурентами и рационально взаимодействовать с ними;
- систематизировать все идеи, которые будут рождены во время мозговых штурмов;
- выявить среди маркетологов как более слабых, так и более ценных специалистов (при этом каждый участник сможет обнаружить свои слабые места с целью ликвидации их за счет дополнительной программы самообразования);
- провести аттестацию маркетологов с помощью заключительного тестирования (по желанию Заказчика);
- разработать практические рекомендации по развитию Компании.

Программа тренинга

- Понятие, сущность и принципы маркетинга
- Мировой опыт развития маркетинга. Использование его в российских условиях. Современная концепция маркетинга, его функции
- Стратегия маркетинга. Виды маркетинговых стратегий, эффективность маркетинга
- Комплекс маркетинга. Особенности его применения в российской практике
- Комплексное исследование рынка в системе маркетинга и его информационное обеспечение
- Сегментация рынка. Товарная политика. Виды клиентурных рынков
- Ценовая политика. Ценовые стратегии в маркетинге
- Товародвижение в системе маркетинга. Формирование спроса и стимулирование сбыта
- Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Роль публичных рилейшнз в маркетинге

Продолжительность тренинга по маркетингу – 24 часа (3 или 4 дня)

Посмотреть другие [бизнес тренинги и семинары](#)