

MARKETING: SEGMENTARE ȘI POZIȚIONARE



DESCRIERE

Este un **program special** care oferă participanților posibilitatea de a **înțelege, explora și aplica** acțiunile care pun în contact compania cu publicul său țintă.

Cuvintele cheie ale programului sunt: comunicare, clarificare, identificare, utilitate, profitabilitate, implicații strategice, acționabilitate, distincție, strategii de diferențiere.

Programul vă va conduce către **rezultate practice imediate**: participanții vor parcurge efectiv procesul de segmentare a pieței și poziționare a produselor sau serviciilor.

CONȚINUT

Descoperirea aspectelor esențiale: Cum aflați care sunt nevoile clientului (intern/extern) care solicită segmentarea? Care sunt punctele cheie pe care trebuie să le surprinzi prin segmentare?

Scop: Unde este compania și unde dorește să ajungă? Care este tipul de

segmentare adecvat? În raport cu ce poziționezi?

Strategie: Cum decizi care este cel mai bun tip de strategie pentru a comunica cu publicul țintă? Cum găsești avantajele diferențiale pentru fiecare segment?

Cercetare: Cum îmbini metodele calitative cu cele cantitative în procesul de segmentare? Cum alegi variabilele folosite pentru segmentare? Cum elaborezi instrumentul cu care veți culege datele? Cum selectezi eșantionul pe care vei realiza cercetarea? Care sunt pașii analizei de segmentare propriu-zise? Care sunt analizele tehnice (statistice dar și calitative) necesare? Cum decizi care este soluția de segmentare optimă pentru clientul tău?

Expertiză: Cum să dați dovadă de gândire sistemică și de competență tehnică adecvată realizării unei segmentări plauzibile? Cum să realizați într-o manieră integrată și echilibrată activitățile de poziționare care răspund cerințelor legate de segmentarea realizată?

Priorități: Cum să stabiliți în mod adecvat prioritățile cu cei care vor folosi rapoartele de segmentare și sugestiile de poziționare elaborate de dvs.?

Performanță: Cum să vă conduceți clientul către performanță, cum să clarificați așteptările acestuia privind performanța, cum să evaluați impactul sugestiilor dvs. asupra performanței clientului (tracking)? Cum satisfaceți unicitatea brandului, atributele importante pentru piață, așteptările targetului?

Managementul proiectului: Cum să abordați integrat procesul de segmentare și poziționare pentru a maximiza rezultatele obținute? Care sunt etapele segmentării? Dar ale poziționării?

DATE DERULARE

Durata: 2 zile

Serii: 16-17 Mai și 3-4 Octombrie 2009

DATE LIMITĂ DE ÎNSCRIERE

4 Mai și 21 Septembrie 2009

LOCUL

București, Centrul de Conferințe UZINEXPORT, Bd. Iancu de Hunedoara 6-8 (vis-a-vis de clădirea Guvernului din Piața Victoriei)

STRUCTURA ZILEI DE TRAINING

9.30 – 11.00 – Sesiune training

11.00 – 11.15 – Pauza de cafea

11.15 – 12.45 – Sesiune training

12.45 – 13.15 – Dejun

13.15 – 14.45 – Sesiune training

14.45 – 15.00 – Pauza de cafea

15.00 – 16.30 – Sesiune training

INVESTIȚIE

990 RON + TVA (19%) / participant

Include: suport de curs, handout-uri, video training, caiete de lucru, certificat/diplomă de participare, pauzele de cafea, mesele de prânz

DISCOUNTURI

- 3% pentru înscrierea a 2 participanți
- 5% pentru înscrierea a mai mult de 3 participanți
- 7% pentru cei care au participat în anul curent la un alt program de training din cadrul Academiei

Discount-urile sunt cumulative!

ÎNSCRIERE

1. Descărcați Formularul de înscriere corespunzător acestui program de la www.gemba.ro/cursuri_deschise.html
2. Completați Formularul de înscriere și trimiteți-l prin e-mail la doru.curteanu@gemba.ro

INFORMAȚII

021 337 13 77

0722 260 158