

Pazarlama ve Markalaşma Eğitim Modülü

İçerik



Hizmet verilen alan ne olursa olsun, bir işletmenin “Pazarlama” stratejisi hazırlaması ve yönetmesi son derece önemlidir. Doğru hazırlanmış Pazarlama stratejisi ile doğru hedef kitle belirlenir ve hedef kitlenin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak talep yaratılır. Satılan ürün ya da hizmetin doğru hedef kitleye ulaştırılması, günümüz rekabetçi piyasasında yeterli değildir. Amaç, talebi doğru biçimde yönetmektir. Hedef kitlenin memnuniyeti, markanın itibarını oluşturur. Oluşturulan itibarı korumak ise ancak doğru hazırlanmış Pazarlama stratejisi ile mümkündür.

İşletmeler mal ve hizmetlerinin satışı için hedef kitleleri ile bağ oluşturur. Pazarlama, oluşturulan bağın sağlıklı biçimde devamlılığını ve uzun soluklu olmasını sağlar. Sürdürülebilir pazarlama stratejisi ve markalaşma faaliyetleri, firma ve işletmelerin yatırımlarını en etkili şekilde kullanmalarına olanak tanır. Günümüzde küçük ve orta ölçekli işletmelerden büyük ölçekli işletmelere kadar herkes, başarıya ulaşmak için pazarlama iletişim strateji hazırlamalı ve yönetmelidir.

Sparkassenstiftung olarak potansiyel ve var olan girişimcilerin işletmelerini en etkin şekilde konumlandirmaları ve müşterilerinin ihtiyaçlarını en doğru şekilde karşılamaları amacıyla “Pazarlama ve Markalaşma Eğitim Modülü” nı oluşturduk. “Pazarlama ve Markalaşma Eğitim Modülü” nün temel amacı, marka konumlandırma ve hedef kitleye göre pazarlama stratejisi oluşturma gibi temel adımların nasıl atılması gerektiğini örnek uygulamalar ile destekleyerek aktarmaktır.

Katılımcılar bu eğitim modülünün sonunda; işletmelerini temsil edecek olan marka kimliklerini ortaya çıkarmayı, markaları için gerekli olan temel iletişim unsurlarını belirlemeyi ve bunun ardından ihtiyaç duydukları pazarlama stratejisine göre planlama yapabilmeyi öğreneceklerdir. Eğitim sırasında farklı örneklerle çeşitli uygulamalar yapılacaktır ve bu alanda alışagelmiş öğretilerin dışına çıkarak katılımcıların farklı düşünceleri desteklenecektir.

Pazarlama ve Markalaşma Eğitim Modülü mikro, küçük ve orta ölçekli girişimcilere, pazarlama iletişimi ve markalaşma konusunda deneyimli uzmanlar tarafından verilecektir.

Yüz Yüze Eğitim Süresi: 1 Gün

Çevrim İçi Eğitim Süresi: 2,5 Saat

Eğitim Modülü 14 bölümden oluşmaktadır:

- Bölüm 1- Pazarlama Nedir?
- Bölüm 2- Marka Nedir?
- Bölüm 3- Markanın Oluşumu
- Bölüm 4- Logo, Slogan, Renk Seçim Önerileri
- Bölüm 5- Marka Olmanın Önemi
- Bölüm 6- Pazarlama Stratejisi ve Planı Oluşturmak
- Bölüm 7- Hedef kitle, Müşteri tanıma ve Odaklanma
- Bölüm 8- Pazarı ve Rakibi Tanımak, SWOT Analizi
- Bölüm 9- Pazarlama Stratejisi Oluşturmak
- Bölüm 10- Reklam
- Bölüm 11- Sosyal Medya
- Bölüm 12- Müşteri İlişkileri
- Bölüm 13- Kriz Yönetimi
- Bölüm 14- Başarı Hikayeleri

Sparkassenstiftung für Internationale
Kooperation e.V. Türkiye Temsilciliği
Sparkassenstiftung for International Cooperation
Türkiye Temsilciliği

Mustafa Kemal, 2118. Cd. No:4
Maidan İş ve Yaşam Merkezi
B Blok 6. Kat D: 53 Çankaya/Ankara
Türkiye

www.sparkassenstiftung.de
office@sparkassenstiftung.de
www.sparkassenstiftung-turkey.org
info@sparkassenstiftung-turkey.org