

Termékmenedzserek képzési tematika

1. Marketing audit és piackutatás és marketing terv

Makro környezet

SLEPT/PEST

Külső vizsgálathoz kapcsolódó elvek megismerése, használata (pld. Porter)

Mikrokörnyezet

SWOT

Kvantitatív kutatás - Kvalitatív kutatás

2. Marketing-tervezés

Piac szegmentáció és kritériumai

A célpiac meghatározása (pozicionálás)

A pozicionálás kritériumai és tulajdonságai

A marketing stratégia meghatározása: célpiac, versenyelőny, márkapozicionálás

Marketingcélok és stratégiák kifejlesztése

Marketing célok kitűzése

Marketing mix elemzése

Szolgáltatásmarketing / termékmarketing

A szolgáltatásmarketing fontos elemei és jellemzői

3. Márka, márkastratégia

Márka keretrendszer kialakítása

- Pozicionálás
- Márkaértékek
- Célcsoport
- Insight

Márkakommunikációs stratégia 10 éve és ma

A márka szerepének a megváltozása a fogyasztók életében: előny „helyett”/mellett élményt nyújtó márka; Lovemarks.

4. Marketing kommunikáció

Az integrált marketing kommunikációs stratégia meghatározása és fontossága

Marketing és kommunikációs célok meghatározása

A marketingkommunikáció eszközei

ATL eszközök - Reklám, reklámjog

PR, szponzoráció

BTL eszközök

Ügynökségekkel való kapcsolattartás

Médiakommunikáció

Online marketing eszközrendszer

5. Márkakommunikáció

A 360 fokos stratégiától a kivitelezésig: elmélet és esettanulmány elkészítése csoportban

Meghatározás

Kampánycélok

360 fokos stratégia kifejlesztése. Élmény-nyújtási csatornáink

Kivitelezés

Értékelés