

PAZARLAMAYI YENİDEN DÜŞÜNMEK

Eğitmen: Prof. Dr. Emrah CENGİZ

Eğitimin Amacı:

Bugünün pazarlamasının özünde; müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamaktansa, firmaların birbirine üstünlük kurmaları vardır. Stratejik bir bakış açısına vurgu yapan bu anlayış, pazarlamanın farklılık ve farkındalık yaratmak felsefesini temel alır. Firmaların yoğun rekabet ortamında rekabetten kaçamayacakları ama rekabet üstünlüğü sağlamak ve rekabetten kaçınmak için bu anlayışla hareket etmeleri gerekir.

Eğitimin temel amacı, katılımcıların stratejik pazarlama anlayış ve uygulamalarına olan yaklaşımlarının geliştirilmesi, pazarlama odaklı düşünme yeteneğinin kazandırılmasıdır. “Her şey pazarlamadır, pazarlama her şeydir” yaklaşımı ile holistik pazarlama anlayışının işletme uygulamalarında yerinin anlaşılması bir başka ana amaçtır. Alt amaçlar ve eğitimin içeriği ise aşağıdaki gibidir.

Eğitimin Yöntemi: Bu eğitimde hem teorik hem de uygulamadan örnekler ve vaka çalışmaları ile desteklenen bir eğitim içeriği bulunmaktadır.

Eğitimin İçeriği:

- ✓ Pazarlama nedir? Ne değildir?
- ✓ Kavram kargaşası
- ✓ Pazarlama Kavramı ve Pazarlama Odaklılık
- ✓ Tüketici – Potansiyel Tüketici – Müşteri Kimdir?
- ✓ Pazarlamada Stratejik Düşünme ve Stratejik Bakış Açısı
- ✓ Pazarlamada Holistik Yaklaşım
- ✓ Pazar Miyopluğu ve Pazar Odaklılığa Geçiş
- ✓ Değişen Rekabet Çevresi ve PEST Analizi
- ✓ STP Analizleri
- ✓ Hedef Pazar Seçimi
- ✓ Gerçekte Kaç P Var
- ✓ Pazarlama Karomasında Paradigma Değişikliği: 4P'den 4C'ye
- ✓ Mamul/Pazar Büyüme Stratejileri
- ✓ Modern Pazarlama
- ✓ Pazarlamada Son Gelişmeler
- ✓ Genel Değerlendirme-Tartışma

Eğitim süresi: Eğitim süresi 1 gündür. (6 Saat)