

Trening modul 21: Godišnje planiranje marketing aktivnosti 2020



Korist od treninga

Značajno unaprediti razumevanja uloge marketinga u procesu ostvarivanja poslovnih ciljeva kompanije. Primena alata prilikom narednog mesečnog i godišnjeg planiranja prodaje i marketinga.

Kome je seminar namenjen

Trening je namenjen zaposlenima koji aktivno realizuju marketing i prodajne aktivnosti, vlasnicima kompanija, direktorima, direktorima prodaje, direktorima finansija, menadžerima iz trgovačkog marketinga, menadžerima izvoza... i svima koji su potrošili sve akcijske rabate i shvataju da moraju da pređu marketing nivo.

Predavač

Branko Budanović ima više od 20 godina rad u multinacionalnim kompanijama, na više tržišta. Izdao je knjigu „Šta je starije? Marketing ili prodaja“. Direktor i vlasnik je Smart targeta.

Ključne teme trening modula

1. Uloga prodaje i marketinga u funkcionisanju kompanije
2. Razumevanje marketing na u strateškom i operativnom nivou
3. Značaj razvoja brendova za poslovanje kompanije
4. Kreiranje marketing planova
5. Merenje uspešnosti u fazi pripreme MROI
6. Analiza opravdanosti marketing aktivnosti

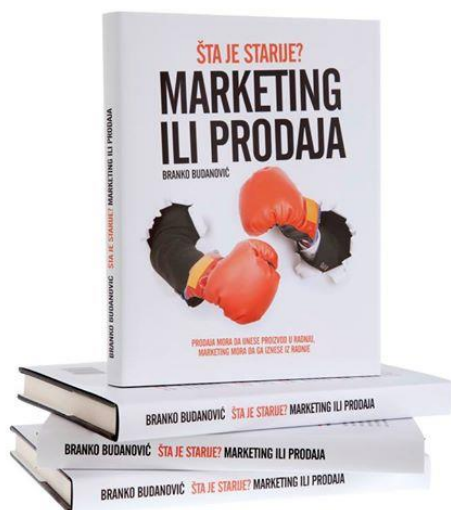
Trajanje treninga: 9:30h – 16:00h

Dodatna pitanja i diskusija u terminu: 16:30 – 18:00.

Paket treninga : Polaznik dobija sav prezentovani materijal u folderu treninga, tabele sa treninga,

materijal studije slučaja, dostavlja se i potvrda o učestvovanju na treningu. Pauza za ručak traje 45min. Obezbeđen je catering tokom trajanja celog treninga.

Kotizacija za trening iznosi 240E.



Komentar na rukopis knjige:

Igor Veselinovic, Customer development Manager, Coca-Cola Hellenic.

"Prikaz veoma raznovrsnih iskustava autora knjige pomaže vam da bolje kreirate svoje planove, iznedrite nove poslovne ideje i osmislite okvire za njihovu implementaciju. Još dragocenije, ova iskustva ukazuju na mnoštvo, veoma realnih prepreka, koje često u praksi dobru ideju pretvaraju u neuspešan projekat!"

Dragan Petrović, konsultant

„Čitajući, imao sam utisak da sam na radionici zbog zadataka i ideja koje podstiču na razmišljanje...“

Nakon dostavljene potvrde šalje se upitnik kako bi svaki polaznik postavio pitanja koja ga najviše interesuju i želi da se diskutuju na treningu. Obavezno je pročitati studiju slučaja kako bi se svaki polaznik pripremio za rešavanje studije slučaja.

Nakon treninga se dostavlja upitnik za dopunu i proveru znanja.

Sve najbolje i radujemo se zajedničkom radu!

Vaš, Smarty

Agenda treninga

09:30	Registracija učesnika
09:50	Uvod, predstavljanje učesnika, očekivanja od današnjeg programa, predstavljanje agende,
10:00	<p>Tema 1: Ključne teme marketinga odeljenja na globalnom i lokalnom nivou:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorteti marketing odeljenja • Koje su realne implikacije na rad marketing odeljenja? • Brand manager/Direktor marketinga: odnosi, uloge, odgovornosti • Preporuke za 2020 (svi zajedno) • Kakav marketar Srbiji treba? • Rad direktora marketinga (moj primer)
10:45	<p>Tema 2: Kreiranje i održavanje vašeg marketing informacionog sistema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Šta predstavlja danas marketing informacioni sistem - MIS • Kako se gradi uspešan MIS? Kako da definišete MIS? • Koliko efikasno koristimo podatke iz prezentacija? • Kako efikasno prikupiti podatke i informacije sa tržišta? • Kako definisane parametre uspeha povezati sa ostalim odeljenjima? • Procena efikasnosti marketing budžeta MROI
12:00	<p>Tema 3: Kako se definiše godišnji marketing budžet kompanije?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osnovna pitanja u vezi budžeta • Šta je to marketing budžet? • Osnovni princip usvajanja marketing budžeta • Modeli usvajanje obima marketing budžeta
12:45	<p>Tema 4: Nadoumice i dileme u vezi marketing planiranja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Šta je planiranje? • Šta je marketing planiranje? • Proces paniranja • Sadržaj marketing plana
13:15	<p>Tema 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentacija studije slučaja
13:35	Ručak
14:00	<p>Tema 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza studije slučaja • Rad na studiji slučaja
15:30.	Timske prezentacije studije slučaja
16:00.	Analiza, izvođenje zaključaka , preporuka, bodovanje timova
16:30 - 18:00	Dodatna pojedinačna pitanja i diskusija