

SEMINAR "OSNOVE MARKETINGA"



Kome je seminar namijenjen?

Seminar je namijenjen obrtnicima te malim i srednjim poduzetnicima koje zanima područje marketinga i njegov značaj u poslovanju poduzeća te svima zainteresiranim koji žele saznati više o toj izuzetno važnoj poslovnoj funkciji.

Ciljevi seminara:

Ciljevi seminara su upoznati polaznike sa osnovama i značajem marketinga i pružiti im uvid u marketinški način razmišljanja, upoznati ih sa važnošću njihove usmjerenosti tržištu te poznavanju kupaca i njihovih karakteristika i potreba, upoznati sudionike sa korištenjem elemenata marketinškog miksa te sa značajem istraživanja tržišta u poslovanju poduzeća, kako bi se mogli na tržištu razlikovati od konkurencije i osigurati održivo profitabilno poslovanje.

Što će se raditi:

Seminar se sastoji od četiri modula:

- Marketing i njegov značaj
- Strateški marketing (segmentacija, odabiranje ciljeva, pozicioniranje)
- Taktički marketing (korištenje marketinškog miksa)
- Istraživanje tržišta

Kako će se učiti?

Predavanje, analiza slučajeva iz prakse, individualne vježbe, timski rad, diskusija.

Teme koje radionica obrađuje:

Marketing i njegov značaj

- Što je marketing
- Usporedba prodajne i marketinške koncepcije
- Usporedba proizvodne i marketinške koncepcije
- Zašto marketing
- Veza uspješnih poduzeća i marketinga
- Ustaljena mišljenja menadžera malih poduzeća o marketingu

Strateški marketing

- Segmentacija tržišta
- Primjer segmentacije tržišta
- Segmentacija u praksi

- Odabiranje ciljeva
- Fokusiranje
- Utvrđivanje najboljih segmenata tržišta
- Odabir ciljeva - analiza ciljanih segmenata
- Analiza 5 faktora segmentacije tržišta
- Pozicioniranje
- Primjeri pozicioniranje
- Pozicioniranje na razini poduzeća-primjer
- Pozicioniranje na razini proizvoda-primjer
- Postupak analize pozicioniranja proizvoda
- Tri glavna koraka u procesu pozicioniranja
- Značaj diferencijacije
- Diferencijacijske varijable
- Dva načina na koji možete nadmašiti konkurente

Taktički marketing

- Što je marketinški miks
- Proizvod
- Cijena
- Odnos između troškova i korisnosti proizvoda
- Mjesto-distribucijski kanali
- Promocija
- Oglašavanje
- Unapređenje prodaje
- Odnosi s javnošću
- Osobna prodaja
- Direktni marketing
- Strukturiranje promocije

Istraživanje tržišta

- Značaj istraživanja tržišta
- Osnove za istraživanje tržišta
- Izvori i vrste podataka
- Primarni podaci
- Prikupljanje primarnih podataka
- Sekundarni podaci