



WIELKOPOLSKA IZBA
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA



Wielkopolska Izba Rzemieślnicza
w Poznaniu



POLSKA IZBA
GOSPODARCZA
I M P O R T E R Ó W
E K S P O R T E R Ó W
I K O O P E R A C J I

PROGRAM WARSZTATÓW

Dzień 1

1. Rola marketingu w małej firmie:
 - czym jest marketing,
 - podstawowe pojęcia z zakresu marketingu (ujęcie praktyczne),
 - narzędzia marketingu,
 - podstawowe koncepcje marketingowe; czym jest zarządzanie marketingiem,
 - marketing mix w praktyce.
2. Budowanie strategii marketingowej- analiza strategiczna:
 - identyfikacja makro i mikrootoczenia firmy- podstawowe metody badawcze
 - analiza wewnętrzna,
 - określenie celów i zdefiniowanie strategii przedsiębiorstwa,
 - wdrożenie i realizacja strategii,
 - metody kontroli efektów.

Dzień 2

1. Promocja produktów:
 - podstawy promocji produktów,
 - reklama- zadanie, rodzaje, organizowanie, metody badania skuteczności, środki wspierania sprzedaży,
 - public relations- koncepcja, skuteczność.
2. Sztuka budowania wizerunku:
 - identyfikacja wizualna- nazwa, logo,
 - budowanie marki- pozytywne relacje z interesariuszami (klienci, dostawcy, odbiorcy, personel, administracja, itp.)
 - analiza potrzeb.

Dzień 3

1. Zarządzanie produktem:
 - kierowanie rozwojem produktu (od momentu wprowadzenia na rynek, jak zachęcić, jak się wyróżnić, jak wygrać w walce konkurencyjnej),
 - polityka cenowa (wpływ ceny na wyniki firmy, decyzje cenowe, znaczenie zachęt cenowych, rabatów, kalkulacje cen własnych, „podstępy cenowe”).
 - organizowanie dystrybucji produktów (podstawowe kanały oraz wybór właściwego, podstawy logistyki).
2. Optymalna strategia promocji sprzedaży – jako elementu promotion – mix:
 - promocja konsumencka
 - promocja handlowa
 - promocja skierowana do personelu sprzedaży
 - promocja biznesowa

Miejsce odbywania się warsztatów:

Wielkopolska Izba Rzemieślnicza, 61-874 Poznań, al. Niepodległości 2.
Sala szkoleniowa nr 22 I piętro

Prelegenci:

Bogumiła Frąckowiak
Magdalena Robaszkiewicz