



SATIŐÇILAR İÇİN PAZARLAMA EĞİTİMİ

2 GÜN



Digital Vizyon
Akademi

www.digitalvizyon.net

Eğitim Hakkında

Satış ekiplerinin pazarlama bilgisi ve becerilerinin geliştirilmesi, kuruluşların rekabet gücünü artırmak açısından önemli rol oynamaktadır. Bu eğitim programı, satış profesyonellerinin pazarlama kavramlarını, stratejilerini ve uygulamalarını kapsamlı bir şekilde öğrenmelerini amaçlamaktadır.

Eđitimin ilk gününde, pazarlama kavramı ve temel unsurları ele alınmaktadır. Eđitmen, pazarlama tanımını, hedeflerini ve bileşenlerini ayrıntılı bir şekilde açıklamaktadır. Katılımcılar, pazarlamanın satış faaliyetleri ile olan ilişkisini kavramaktadır. Daha sonra, pazarlama çevresi analizi konusu işlenmektedir. Eđitmen, SWOT analizi, PESTLE analizi ve rekabet analizi gibi teknikleri anlatmaktadır. Katılımcılar, bu analizleri kendi kuruluşları özelinde uygulamaktadır. Öğle arasından sonra, hedef pazar belirleme ve konumlandırma stratejileri üzerinde durulmaktadır. Eđitmen, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve marka konumlandırması hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca katılımcılar, kendi kuruluşlarının hedef pazarlarını ve konumlandırma stratejilerini tanımlamaktadır. Ayrıca, ürün ve hizmet stratejileri konusu ele alınmaktadır. Eđitmen, ürün/hizmet geliştirme, marka yönetimi ve ürün yaşam döngüsü yönetimi konularını açıklamaktadır. Katılımcılar, kuruluşlarının ürün/hizmet stratejilerini gözden geçirmektedir. Eđitimin ilk günü, satış ekiplerinin [temel pazarlama](#) bilgi ve becerilerini kapsayan bir temel oluşturmaktadır. Katılımcılar, ertesi güne daha hazırlıklı gelmektedir.

İkinci gün, satış ekiplerine yönelik pazarlama uygulamaları ve araçları üzerine odaklanılmaktadır. Eđitmen, tutundurma stratejileri, fiyatlandırma yaklaşımları ve dağıtım kanalları konularını ele almaktadır. Öncelikle, tutundurma stratejileri konusu işlenmektedir. Eđitmen, reklam, kişisel satış, [halkla ilişkiler](#) ve satış geliştirme gibi tutundurma araçlarını açıklamaktadır. Böylece katılımcılar, kuruluşlarına yönelik tutundurma kampanyaları tasarlamaktadır. Daha sonra, fiyatlandırma yaklaşımları konusu incelenmektedir. Eđitmen, maliyet bazlı, talep bazlı ve rekabet bazlı fiyatlandırma yöntemlerini anlatmaktadır. Katılımcılar, ürün/hizmetlerinin fiyatlandırma stratejilerini belirlemektedir. Eđitimin son bölümünde, müşteri ilişkileri yönetimi konusu ele alınmaktadır. Eđitmen, müşteri deneyimi, geri bildirim mekanizmaları ve müşteri değeri yönetimi konularını açıklamaktadır. Katılımcılar, müşteri odaklı pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Eđitimin sonunda, katılımcılar satış faaliyetlerini destekleyecek kapsamlı pazarlama bilgi ve becerilerini kazanmaktadır. Öğrendikleri yöntem ve teknikleri, kuruluşlarının rekabet gücünü artırmak için kullanabileceklerdir.

Neler Öğreneceksiniz

- Pazarlama kavramı ve temel unsurları
 - Pazarlamanın tanımı, hedefleri ve bileşenleri
 - Pazarlama ve satış faaliyetleri arasındaki ilişki
- Pazarlama çevresi analizi
 - SWOT analizi, PESTLE analizi ve rekabet analizi
 - Kuruluşa özel analiz uygulamaları



- Hedef pazar belirleme ve konumlandırma stratejileri
 - Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi
 - Marka konumlandırma yaklaşımları
 - Kuruluşun hedef pazarları ve konumlandırma stratejileri
- Ürün ve hizmet stratejileri
 - Ürün/hizmet geliştirme, marka yönetimi
 - Ürün yaşam döngüsü yönetimi
 - Kuruluşun ürün/hizmet stratejilerinin gözden geçirilmesi
- Tutundurma stratejileri
 - Reklam, kişisel satış, halkla ilişkiler ve satış geliştirme
 - Kuruluşa yönelik tutundurma kampanyaları tasarlama
- Fiyatlandırma yaklaşımları
 - Maliyet bazlı, talep bazlı ve rekabet bazlı fiyatlandırma
 - Ürün/hizmetlerin fiyatlandırma stratejilerinin belirlenmesi
- Dağıtım kanalları yönetimi
 - Dağıtım kanalları türleri, kanal seçimi ve ilişkileri
 - Etkin dağıtım ağlarının tasarlanması
- Müşteri ilişkileri yönetimi
 - Müşteri deneyimi, geri bildirim mekanizmaları
 - Müşteri değeri yönetimi
 - Müşteri odaklı pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi

Ön Koşullar

- Katılımcıların herhangi bir özel ön koşulu bulunmamaktadır.

Kimler Katımlı

- Pazarlama bilgi ve becerilerini geliştirmek isteyen satış profesyonelleri
- Satış faaliyetlerini daha etkin bir şekilde desteklemek isteyen çalışanlar
- Kuruluşun rekabet gücünü artırmak isteyen satış yöneticileri
- Müşteri odaklı yaklaşımlar geliştirmek isteyen tüm pazarlama ve satış ekibi üyeleri

Outline (2 Günlük Eğitim Programı)

1. Gün:

Pazarlama Kavramı ve Temel Unsurları

- Pazarlamanın Tanımı, Hedefleri ve Bileşenleri
- Pazarlama ve Satış Faaliyetleri Arasındaki İlişki

Pazarlama Çevresi Analizi

- SWOT Analizi



- PESTLE Analizi
- Rekabet Analizi
- Kuruluşa Özel Analiz Uygulamaları

Hedef Pazar Belirleme ve Konumlandırma Stratejileri

- Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi
- Marka Konumlandırma Yaklaşımları
- Kuruluşun Hedef Pazarları ve Konumlandırma Stratejileri

Ürün ve Hizmet Stratejileri

- Ürün/Hizmet Geliştirme
- Marka Yönetimi
- Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi
- Kuruluşun Ürün/Hizmet Stratejilerinin Gözden Geçirilmesi

2. Gün:

Tutundurma Stratejileri

- Reklam
- Kişisel Satış
- Halkla İlişkiler
- Satış Geliştirme
- Kuruluşa Yönelik Tutundurma Kampanyaları Tasarlama

Fiyatlandırma Yaklaşımları

- Maliyet Bazlı Fiyatlandırma
- Talep Bazlı Fiyatlandırma
- Rekabet Bazlı Fiyatlandırma
- Ürün/Hizmetlerin Fiyatlandırma Stratejilerinin Belirlenmesi

Dağıtım Kanalları Yönetimi

- Dağıtım Kanalları Türleri
- Kanal Seçimi ve İlişkileri
- Etkin Dağıtım Ağlarının Tasarlanması

Müşteri İlişkileri Yönetimi

- Müşteri Deneyimi
- Geri Bildirim Mekanizmaları
- Müşteri Değeri Yönetimi
- Müşteri Odaklı Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi