



TİCARİ İSTİHBARAT VE PAZAR ARAŞTIRMALARI EĞİTİMİ

2 Gün



Digital Vizyon
Akademi

www.digitalvizyon.net



Eğitim Hakkında

İşletmeler, müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve pazar trendlerini takip etmek amacıyla ticari istihbarat ve pazar araştırmaları yapmaktadır. Ticari İstihbarat ve Pazar Araştırmaları Eğitimi, katılımcıların bu alanlardaki yetkinliklerini önemli ölçüde geliştirmek.

Eğitimin ilk bölümünde, pazar araştırması ve ticari istihbarat kavramlarının kapsamlı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Pazar araştırmasının amaçlarının, yöntemlerinin ve işletme karar süreçlerindeki rolünün ele alınması gerekmektedir. Ayrıca, ekonomik, sektörel ve rekabetçi analizler gibi ticari istihbarat konularının ayrıntılı olarak incelenmesi gerekmektedir. Katılımcılara, veri toplama, işleme ve analiz teknikleri hakkında geniş kapsamlı bilgiler verilmektedir. Pazar ve rekabet hakkında bilgi edinmek için kullanılabilir çeşitli kaynakların tanıtılması gerekmektedir.

Eğitimin ikinci bölümünde, ticari istihbarat ve pazar araştırması sonuçlarının raporlanması ve etkili sunum teknikleri üzerinde durulmaktadır. Katılımcıların, araştırma bulgularını hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde aktarabilecek yöntemler hakkında bilgilendirilmesi gerekmektedir. Sosyal medya ve dijital platformların pazar araştırmasındaki rolünün incelenmesi ve bu araçların müşteri davranışlarını anlamak ve pazarlama stratejilerini belirlemek için nasıl kullanılabilirliğinin tartışılması gerekmektedir. Ayrıca, gerçek vaka çalışmaları üzerinde çalışma fırsatı sunulmaktadır.

İşletmeler, müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve pazar trendlerini takip etmeyi amaçlamaktadır. Böylelikle ticari istihbarat ve pazar araştırmaları yapmaktadır. Ticari İstihbarat ve Pazar Araştırmaları Eğitimi, katılımcıların bu alanlardaki yetkinliklerini önemli ölçüde geliştirmektedir.

Eğitimin sonunda, katılımcılar ticari istihbarat ve pazar araştırması alanlarındaki yetkinliklerini önemli ölçüde artırmış olmaktadır. İşletme kararlarını daha sağlam temellere dayandırabilmekte, rakip analizleri yapabilmekte ve müşteri odaklı pazarlama stratejileri geliştirebilmektedirler. Elde edilen bulgular ve çıkarımlar doğrultusunda etkin raporlama ve sunum yapabilme becerilerini kazanmaktadır.

Neler Öğreneceksiniz

- Pazar araştırması ve ticari istihbarat kavramlarının incelenmesi
- Pazar araştırmasının amaçları, yöntemleri ve işletme karar süreçlerindeki rolü
- Ekonomik, sektörel ve rekabet analizleri gibi ticari istihbarat konuları
- Veri toplama, işleme ve analiz teknikleri
- Pazar ve rekabet hakkında bilgi edinmek için kullanılabilir kaynaklar
- Ticari istihbarat ve pazar araştırması sonuçlarının raporlanması ve etkin sunum teknikleri
- Sosyal medya ve dijital platformların pazar araştırmasındaki rolü ve kullanımı

Ön Koşullar

- İşletmecilik veya pazarlama alanında en az temel düzeyde bilgi ve deneyim sahibi olmak



Kimler Katılmalı

- İşletme yöneticileri
- Pazarlama profesyonelleri
- Ticari istihbarat ve pazar araştırması alanında kariyer hedefleyen bireyler

Outline

1. Gün:

Giriş

- Pazar araştırması ve ticari istihbarat kavramları
- İşletme karar süreçlerindeki önemi

Pazar Araştırması Kavramları ve Yöntemleri

- Pazar araştırmasının amaçları ve yaklaşımları
- Nitel ve nicel araştırma yöntemleri
- Birincil veri toplama (anketler, görüşmeler, odak gruplar)
- İkincil veri kaynakları (endüstri raporları, resmi veriler, rakip analizleri)

Ticari İstihbarat Konuları

- Ekonomik analiz
- Sektör ve pazar trendleri
- Rekabet analizi

Veri Toplama, İşleme ve Analiz

- Veri toplama teknikleri
- Veri temizleme, düzenleme ve saklama
- Analitik yöntemler ve araçlar

Pazar ve Rekabet Bilgilerinin Değerlendirilmesi

- Araştırma bulgularının iş stratejisine entegrasyonu
- Fırsat ve tehditlerin belirlenmesi

2. Gün:

Araştırma Sonuçlarının Raporlanması ve Sunumu

- Etkili raporlama formaları ve yapıları
- Veri görselleştirme teknikleri
- Paydaş ihtiyaçlarına uygun sunum



Sosyal Medya ve Dijital Platformların Rolü

- Çevrimiçi konuşmaları ve trendleri izleme
- Pazar istihbaratı için dijital araçların kullanımı
- Müşteri davranışı ve tercihlerinin analizi

Pratik Uygulamalar ve Vaka Çalışmaları

- Gerçek senaryolar üzerinde uygulamalı çalışmalar
- Katılımcılar arası öğrenme ve tartışma

Eğitimin Değerlendirilmesi ve Öne Çıkan Kazanımlar

- Geliştirilen temel yetkinliklerin özetlenmesi
- İleriye dönük öğrenme ve gelişim alanlarının belirlenmesi