



**ULUSLARARASI PAZARLAMA VE MÜŞTERİ BULMA
YÖNTEMLERİ
EĞİTİMİ
1 Gün**



Digital Vizyon
Akademi

www.digitalvizyon.net

Eğitim Hakkında

Uluslararası Pazarlama ve Müşteri Bulma Yöntemleri Eğitimi, uluslararası pazarlama ve müşteri bulma konularında kapsamlı bir içerik sunmaktadır. Eğitim boyunca, katılımcılar yurt dışı pazarlarda rekabet edebilmek için gerekli bilgi ve becerileri edinmektedirler. Eğitim, kurumsal gelişim, ihracat ve uluslararası ticaret alanlarında deneyimli eğitmenler tarafından verilmektedir.

Katılımcılar, hedef pazar seçimi ve analizi konusunda yetkinlik kazanmaktadırlar. Pazarlama karması elemanlarını (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) uluslararası bağlama uyarlayabilmektedirler. Kültürel farklılıklar dikkate alınarak etkin pazarlama stratejileri geliştirmektedirler. Böylelikle, ürün ve hizmetlerini yurt dışı pazarlarda başarılı bir şekilde konumlandırabilmektedirler. Eğitim kapsamında, potansiyel müşterilerin belirlenmesi, satış sürecinin yönetilmesi ve [müşteri ilişkileri yönetimi](#) konuları ele alınmaktadır. Katılımcılar, dijital pazarlama araçlarını etkin kullanarak müşteri bulmayı öğrenmektedirler. Ayrıca, satış ekiplerinin performansını artırmak için gerekli yöntemleri uygulamaya geçirmektedirler.

Eğitim programında, uluslararası fuarlara katılmanın önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca katılımcılar, fuar planlama ve organizasyonu konusunda bilgi ve beceri kazanmaktadırlar. Fuarlardaki etkinliği ölçme yöntemleri hakkında da bilgilendirilmektedirler. Böylece, yurt dışı pazarlara açılma ve müşteri bulma konusunda daha başarılı olabilmektedirler. İhracat işlemleri, lojistik yönetimi, [finansman ve ödeme yöntemleri](#) ile mevzuat ve düzenlemeler konularında kapsamlı bilgi verilmektedir. Katılımcılar, ihracat operasyonlarını etkin bir şekilde yürütebilme yetkinliği kazanmaktadırlar. Bu sayede, uluslararası pazar fırsatlarından daha fazla yararlanabilmektedirler.

Eğitim programının bir diğer önemli bileşeni de uluslararası tedarik zinciri yönetimidir. Katılımcılar, tedarikçi seçimi ve değerlendirmesi, tedarik zinciri performans ölçümü, lojistik ve dağıtım süreçleri ile ürün takibi konularında bilgi sahibi olmaktadır. Böylece, uluslararası operasyonlarını daha etkin bir şekilde yürütebilmektedirler. Son olarak, uluslararası pazar araştırması, pazarlama karması uygulamaları, satış ve müşteri ilişkileri yönetimi ile ihracat ve ithalat süreçleri kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Katılımcılar, uluslararası ticari pazarlama konusunda yetkinlik kazanmaktadırlar.

Uluslararası Pazarlama ve Müşteri Bulma Yöntemleri Eğitimi, uluslararası pazarlama ve müşteri bulma yöntemleri konusunda derinlemesine bilgi ve beceri sağlamaktadır. Böylece katılımcılar, eğitimin sonunda hedef pazar belirleme, pazarlama stratejileri geliştirme, satış yönetimi, ihracat operasyonları ve tedarik zinciri yönetimi gibi kritik alanlarda yetkin hale gelmektedirler.

Neler Öğreneceksiniz

- Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirme
- Hedef pazar seçimi ve analizi yapma
- Pazarlama karması elemanlarını (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) uluslararası bağlama uyarlama
- Kültürel farklılıkları dikkate alarak etkin pazarlama stratejileri oluşturma



- Potansiyel müşterileri belirleme ve satış sürecini yönetme
- Müşteri ilişkileri yönetimi uygulama
- Dijital pazarlama araçlarını etkin kullanma
- Uluslararası fuarlara katılım planlama ve organizasyon gerçekleştirme
- İhracat operasyonlarını (lojistik, finansman, ödeme, mevzuat) yönetme
- Uluslararası tedarik zinciri yönetimi konularında yetkinlik kazanma
- Uluslararası ticari pazarlama faaliyetlerini (pazar araştırması, pazarlama karması, satış yönetimi, ihracat-ithalat) uygulama

Ön Koşullar

- Temel pazarlama ve satış bilgisine sahip olmak
- İhracat veya uluslararası ticaret deneyimi tercih edilir
- İngilizce dil yetkinliği avantaj sağlayacaktır

Kimler Katılmalı

- İhracat ve uluslararası pazarlama alanında kariyer hedefleyen profesyoneller
- Yurt dışı pazarlara açılmak isteyen KOBİ'lerin yöneticileri ve pazarlama ekipleri
- Kurumsal şirketlerin uluslararası pazarlama departmanlarında çalışanlar
- İhracat ve ithalat operasyonlarını yönetmek isteyen lojistik ve ticaret şirketi çalışanları

Outline (1 Günlük Eğitim Programı)

1. Gün:

Eğitimin Kapsamı

- Eğitimin amacı ve içeriği
- Eğitimciler ve katılımcı profili

Uluslararası Pazarlama Stratejileri

- Hedef pazar seçimi ve analizi
- Pazarlama karması elemanlarının uluslararası uyarlanması
 - Ürün stratejileri
 - Fiyat politikaları
 - Dağıtım kanalları
 - Tutundurma faaliyetleri
- Kültürel farklılıkların değerlendirilmesi
- Etkin uluslararası pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi



Müşteri Bulma Yöntemleri

- Potansiyel müşterilerin belirlenmesi
- Satış sürecinin yönetilmesi
- Müşteri ilişkileri yönetiminin uygulanması
- Dijital pazarlama araçlarının kullanılması

Uluslararası Fuar Yönetimi

- Uluslararası fuarlara katılımın önemi
- Fuar planlama ve organizasyon
- Fuar katılımının etkinliğinin ölçülmesi

İhracat Operasyonları

- İhracat işlemlerinin yürütülmesi
- Lojistik yönetimi
- Finansman ve ödeme yöntemleri
- Mevzuat ve düzenlemeler

Uluslararası Tedarik Zinciri Yönetimi

- Tedarikçi seçimi ve değerlendirilmesi
- Tedarik zinciri performans ölçümü
- Lojistik ve dağıtım süreçlerinin yönetimi
- Ürün takibi ve sorunların çözümü

Uluslararası Ticari Pazarlama

- Uluslararası pazar araştırması
- Pazarlama karması uygulamaları
- Satış ve müşteri ilişkileri yönetimi
- İhracat ve ithalat süreçleri

Eğitim Değerlendirmesi

- Eğitim kazanımlarının özetlenmesi
- Katılımcıların geri bildirimleri