

قياس أثر وعائد الخطط التسويقية



1. مهارات تنفيذ بحوث تسويقية استباقية و تالية للوقوف على موقف السوق من منتج ما أو تنفيذ الخطط التسويقية الإستراتيجية.
2. خطوات تحسين موقف منتج ما في السوق عن طريق إستراتيجيات تسويقية متميزة.
3. مهارات إدارية لرجل التسويق الناجح.

المشاركون:

مدرباء و مشرفي التسويق و فرق عمل التسويق.

محتويات البرنامج:

- طبيعة التسويق
- جدول العوامل التي تتالف منها البيئة الخارجية الكلية

- الفرص والمشاكل التسويقية
- الدراسات السلوكية للمستهلك الأخير
- تجزئة السوق
- بحوث التسويق
- خطوات البحث التسويقي
- نظم المعلومات التسويقية
- استقصاء احتياجات وتحذو القرارات التسويقية من المعلومات
- تحليل السوق وسلوكيات الشراء
- المراحل المختلفة لعملية الشراء الاستهلاكي
- ماذا نقصد بتجزئة السوق ؟
- خطوات اختيار السوق المستهدف
- تحليل المنافسة
- القوى التي تقود المنافسة في الصناعة
- وظائف نظام اختبارات المنافسين
- تمرير في تحليل وتقدير المنافسة
- خطوات تنفيذ البحث التسويقي
- مصادر وطرق جمع المعلومات والبيانات التسويقية
- كتابة التقرير النهائي
- استخدام وسائل الإيضاح في التقارير والعروض الشفهية
- الاتصال
- الصفات الشخصية لرجل بحوث التسويق
- تطبيقات
- خطة عمل ليوم واحد
- تحليل تنافس

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية

00971504646499 
info@britishtc.org 
www.britishtc.org 