



Uluslararası Pazarlama ve Satış

Evren
Aksoy

Bu eğitim; uluslararası boyutta pazarlama yönetimi, stratejik planlama ve satış konularına yoğunlaşmakta ve gerçek iş dünyası tecrübeleri ve örneklerini içermektedir.

Pazarlama değişmez, kuralları da kavramları da. Pazarlamanın çeşitli alanlarda kullanımları vardır sadece değişen. Yurtdışında ayrı, yurt içinde ayrı, dijital dünyada ayrı, perakendede ayrı, B2B işlerinde ayrı. Dolayısıyla bu eğitimde önce biraz pazarlamanın önemli kavramlarını hatırlayacağız hep birlikte ve daha sonra uluslararası ticarete bu kavramları nasıl kullanmak gerektiğine göz atacağız. Örnekleri kitaplardan değil, tecrübeden, yaşamışlıklardan ve özellikle de başarısızlıklardan alacağız. Uluslararası pazarlama ders kitaplarında bulabileceğiniz şekilde sadece kavramları anlatmak yerine, bunlar arasından önemli olanları seçip “ne” yerine “nasıl” sorusuna odaklanacağız.

Bu Program Size Neler Katacak:

- Uluslararası pazarlamanın en kritik sürecinde tam anlamıyla bir aydınlanma yaşayacaksınız,
- İşinize tamamen farklı bir gözle bakıp “ben bunları yapıyor muyum?” diyeceksiniz,
- En yeni satış süreçlerini ilk ağızdan dinleyip uygulama şansına sahip olacaksınız,
- Kitaplarda olan bilgilerin dışında, internette arasanız dahi bulamayacağınız gerçek vakalar ve tecrübeleri dinleyebileceksiniz.

Sizin ve firmanızın uluslararası pazarlarda etkinlik gösterirken karar verme süreçlerinde bilgiye ihtiyacınız var. Bu eğitim programı, bu süreçlerden pazarlama karmasını, pazarlama programını ve pazarlama stratejilerinin oluşturulmasını içermektedir.

İçerik:

Pazarlama Genel

- Pazarlama kavramı
- Uluslararası pazarlamanın önemi
- İz bırakan Uluslararası Pazarlama Yönetimi
- Nerede? Nereye? Nasıl üçlemesi
- Hedef Pazarı Doğru Belirlemek
- Pozisyon almak

Ürün Boyutu

- İhracatta Ürün ve Tedarikçi Seçimi
- İhracatta Numune Gönderimi



Uluslararası Pazarlama ve Satış

Evren
Aksoy

Fiyat Boyutu

- Daha az kaç para, daha çok 'değer mi'?
- İhracatta Fiyat Teklifi Nasıl Yapılır?
- Dış Ticarete Kullanılan Ödeme Yöntemleri

Satış Boyutu

- Uluslararası Pazarlarda MİY Süreci
 - Müşteri Bulma
 - Müşteri Edinme
- Değer Satışı Adımları
- Satışta 'Fayda' Tekniği
- Satışçı Başarı Faktörleri ve Prim Sistemleri
- Etkili İletişim ve İkna

Promosyon (Tutundurma) Boyutu

- Dış Ticarete Klasik Tutundurma Yöntemleri bitti
- Pazarlamada promosyonun dönüşümü
- Uluslararası Fuarlarda Var Olmanın Önemi
- Yurt Dışı Fuar Teşviklerinden Nasıl Yararlanılır?
- Çevrimiçi (online) olmak
- Yurtdışında Online İmaj İçin Atılacak Adımlar
- İhracatı Etkileyen Kontrol Dışı Faktörleri Bilmek:
- Devlet teşvikleri ve Turquality Programı

Müşteri Boyutu

- Dış Ticarete Müşteri Güvenini Kazanmanın Yolları
- Müşteri En Çok Neye Önem Verir?
- Uluslararası Pazarlarda Müşteri İlişkileri Yönetim Süreci
 - Müşteriyi Koruma
 - Müşteriyi Derinleştirme
- Müşteri Sadakati
- Karar Verme Kolaylığı
- Pazar Koşulları