



Strateji ve Uygulama Arasındaki Uçurum: Pazarlama Uygulamaları

Evren Aksoy

Amaç:

Eğitim; pazarlamanın planlama aşamasından sonraki uygulama aşamasına odaklanmaktadır. Katılımcılara etkin pazarlama uygulamaları yaratmak için yöntemleri, direkt pazarlama ve güçlü marka iletişim yöntemleriyle aktarmayı amaçlar. Bu eğitimde özellikle son yıllarda yapılmış en iyi uygulamalar, kampanyalar, içerikler gerçek örneklerle, birer vaka çalışması halinde aktarılmakta, eğitmenin moderatörlüğünü yaptığı tartışmalar ve uygulamalarla da eğitim içeriğinin içselleştirilmesinde fayda sağlamaktadır. Eğitim sonunda katılımcıların öğrendiklerini bir an önce kendi işlerinde kullanabilmeleri amaçlanmaktadır. Yüksek bütçeli TV reklamları ya da büyük markaların büyük harcamalı organizasyonları eğitimde örnekler içerisinde olmayacak, bunlar yerine eğitim düşük bütçeli, etkili ve özellikle de kurumsal (B2B) çalışmalar üzerinde yoğunlaşacaktır.

Bu Program Size Neler Katacak?

- Uygulama kısmında yapılan hatalardan ders almanızı sağlayacak ve kendi işinizde başarıya giden yolu tanımlamanıza yardımcı olacak,
- Katılımcıların;
 - Pazarlamanın ne işe yaradığını kişiselleştirmesine katkı sağlayacak,,
 - Hedef kitlelerine nasıl ulaşmaları gerektiğine dair çıkarımlar yaptıracak,
 - Müşterileri için hala 4 P kullanmamaları ve farklı mesaj tasarımlarına yardımcı olacak
 - Ajans kullanımı konusuna ışık tutmalarını sağlayacak.

İçerik:

- Pazarlama neden?
- Pazarlama reklam mıdır?
- İsteklerimi ve ihtiyaçlarımız
- Seçimlerimiz
- Tüketici yolunu anlamak
- Beyinsel özellikler
- 4P öldü, artık P yok
- Ne değil, nasıl
- Promosyonun dönüşümü
- TV reklamı çalışır mı, seks satar mı?
- İçerik yönetimi
- Kampanya yönetimi
- En önemli uygulama örnekleri
- Ajans dünyasının ışıltıları