

Тренинг Игоря Мосцеева «Стратегический маркетинг – основа успешной работы компании»

Введение

Понятие стратегического маркетинга возникло в конце 70-х годов прошлого века на стыке развития двух дисциплин: маркетинга и менеджмента. Теория менеджмента до этого в основном концентрировалась на методах и способах эффективного управления организацией. Маркетинг уделял внимание изучению рынков сбыта, потребностей и поведения потребителей и продвижению на рынках товаров и услуг.

В результате интеграции двух течений наук и появился стратегический маркетинг. Его целью стали разработка программы действий, направленных на обеспечение реализации бизнес-проекта в намеченные сроки и получение максимальной прибыли, то есть комплекса мер воздействия на рынок и реагирования на складывающуюся на нём обстановку, чтобы обеспечить эффективный сбыт товаров и услуг.

Отличной иллюстрацией успешного использования стратегического маркетинга является деятельность на своих рынках таких лидеров бизнеса: Apple, Wal-Mart, McDonalds и Toyota. Но стратегический маркетинг вовсе не является делом гигантских транснациональных компаний. Любая организация, включая малый и средний бизнес, может использовать его для кардинального повышения своей эффективности.

Цели обучения

- Узнать, оценить и взять на вооружение возможности стратегического маркетинга как важнейшего инструмента планирования и осуществления любого бизнеса.
- Научиться чётко определять миссию и стратегические цели компании.
- Овладеть способами стратегического и операционного планирования деятельности бизнеса.

- Изучить методы исследования и анализа рыночной ситуации.
- Рассмотреть принципы стратегического маркетинга и способы их применения в практической деятельности компании.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Будут способны оптимальным образом позиционировать свой бизнес по отношению к потребностям рынка и конкурентам.
- Узнают, как реагировать на ситуацию на рынке с целью повышения продаж своих товаров (услуг).
- Ознакомятся с принципами стратегического маркетинга и научатся их практическому применению.
- Сумеют чётко планировать свою деятельность как на стратегическом, так и на операционном горизонте.
- Смогут использовать стратегический маркетинг как эффективный инструмент для кардинального улучшения деятельности своего бизнеса.

В программе тренинга

Миссия и стратегические цели компании.

- Что такое миссия.
- Для чего нужна миссия?
- Определение стратегических целей бизнеса.
- Семь принципов стратегического маркетинга.
- Составление стратегического плана развития.

Анализ рынка и позиционирование бизнеса.

- Методы анализа рынка.
- Изучение конкурентной среды.
- Определение правильного позиционирования на рынке.
- Способы борьбы с конкуренцией.

Операционное планирование бизнеса.

- Что такое операционный план действия.
- Как его составлять и использовать.

- Оптимальное соотношение деятельности подразделений компании.
- Роль логистики в современном ведении бизнеса.
- Что такое уникальное сервисное предложение (УСП).
- Как его разработать и использовать для продвижения своих товаров (услуг).

Организация продаж в рамках стратегического маркетинга.

- Определение оптимальных каналов сбыта.
- Плюсы и минусы каналов:
 - ✓ B2C.
 - ✓ Прямой B2B.
 - ✓ Непрямой B2B.
 - ✓ Их соотношение.
- Координация деятельности подразделений маркетинга и продаж.
- Использование результатов продаж как платформы для их увеличения.

Методы проведения

Интерактивные мини-лекции, деловые игры, разбор реальных бизнес-кейсов, командные упражнения.

Формат тренинга

- Два дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Обучение проводит Игорь Мосцеев. Автор тренинга более двадцати лет проработал топ-менеджером в крупных транснациональных («Хероx», «Alcatel», «Statoil») и российских корпорациях, входил в состав Советов директоров холдинговых компаний «КераМир», «Фазтон», «Статойл Раша».

Разработчик авторских тренингов для менеджеров высшего и среднего звена по широкому кругу тем, включающих антикризисный менеджмент, инновационный подход к бизнесу, бизнес-планирование и стратегический маркетинг.

Эксперт в области оптимальных форм работы с иностранными партнёрами, создания дистрибьюторских сетей, эффективных инструментов анализа и планирования бизнеса, внедрения изменений и инноваций в деятельность организаций.

Игорь получил степень MBA в Портлендском государственном университете (США). Работал в Великобритании, Эфиопии, Белоруссии, Танзании, Румынии и США. Свободно владеет английским и французским языками.