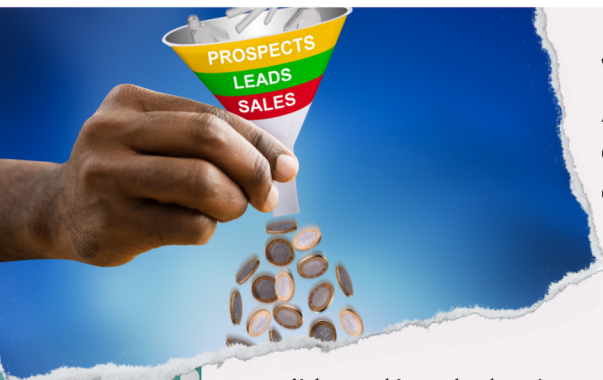


AZ ÉRTÉKESÍTÉSI FORMÁK POZÍCIÓJA A SZERVEZETEN BELÜL



Javasolt időkeret:

A tréning ajánlott időkerete **legalább 2 nap**, mely néhány elemet tartalmaz a lehetséges témák közül. A tréning összes eleme teljeskörűen 4-6 tréningnapban valósítható meg.

A témák optimális kombinációjának kialakításában állunk szíves rendelkezésére!

A világ változásával nemcsak a technikai eszközök változnak, hanem változik azok marketing-kommunikációs hatékonysága is. Például a 90-es években kibillenthetetlennek hitt állítás, miszerint a telesales az egyik leghatékonyabb marketingkommunikációs forma, mára megdőlni látszik. Mára mindenki könnyen elérhető vált telefonon, s potenciális vevőink ettől szinte már rettegnek is. Az idő változása megköveteli az alkalmazott marketing-kommunikációs formák átértékelését, valamint adott célnak megfelelő eszköz használatának alapos tervezését.

Mikor lehet hasznos a tréning?

Nincs tudatos szétválasztás az egyes marketing-kommunikációs formák között; kérdéses az egyes formák alkalmazásának súlya az adott munkaszervezetben; nincs tudatos stratégia a formák együttes alkalmazására. Nincsenek eszközök, kompetenciák az adott értékesítési forma hatékonyságának mérésére, hatásmechanizmusuk megismerésére.

A tréning várható eredménye:

Az értékesítési formák funkcióinak, külön és együttes alkalmazásuk lehetőségeinek megismerése, eredmények mérésének lehetősége, a hatásmechanizmus bemutatása. Az értékesítési formák megismerésével együtt megismerkednek az alapvető értékesítési alapfogalmakkal, elméletekkel.

A tréning lehetséges tartalma, elemei:

- Marketing kommunikációs formák megismerése és újrapozicionálása
- Az értékesítés és a promóció viszonya
- A marketing és értékesítés viszonya
- A marketing és PR viszonya
- Az AIDA-elv
- Értékesítési formák hatásmechanizmusa, hatékonysága és mérése