

Marketing & New Products

Απευθύνεται σε:

Marketers, Αναλυτές αγοράς, Marketing consultants, Category managers, Στελέχη διαφήμισης και promotion, και σε όλους εκείνους που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν άμεση εμπειρία στις αποφάσεις Marketing & Product Management.

Στοχεύει

Στην κατανόηση και επιβεβαίωση βασικών αρχών marketing μέσω πρακτικής εφαρμογής marketing plan σε θέματα:

- Product Formulation
- Product Positioning
- Product Launching
- Product / Company Advertising
- Advertising Concept
- Product Promotion

Δομή:

- Διάρκεια σεμιναρίου 2 ημέρες (16 ώρες)
- Πρακτική 90%, Θεματική παρουσίαση 10%
- Δύο Εισηγητές και τρεις administrators

Θεματική Παρουσίαση:

- New Product Introduction
- Marketing Plan Formulation
- Ειδικές Αποφάσεις Marketing

Προσομοίωση:

- 2 κατηγορίες προϊόντων
- 2 περιοχές / αγορές (Νότια και Βόρεια Ελλάδα)
- 2 Marketing business plans για κάθε κατηγορία προϊόντων
- 12 διαπραγματεύσεις με τα δίκτυα διανομής για την αποδοχή των νέων προϊόντων και συνεχόμενα επαναλανσαρίσματα τους με βάση του 'If What Analysis' όπως και τροποποιήσεις υπαρχόντων προϊόντων & marketing mix όπου απαιτείται για να γίνουν αποδεκτά.

Κατά τη διάρκεια της Προσομοίωσης...

Οι συμμετέχοντες θα κληθούν:

- Να αξιολογήσουν τα δικά τους αλλά και τα ανταγωνιστικά προϊόντα σχετικά με φόρμουλες, συσκευασίες, τιμές και όλα τα απαραίτητα στοιχεία που χρειάζονται πιθανώς βελτίωση ή επιβεβαίωση.
- Να επιλέξουν λανσαρίσματα νέων προϊόντων από τα προϊόντα που δημιούργησε το R&D, που να καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς.
- Να αναλύσουν σε βάθος επαναληπτικές έρευνες αγοράς για συνήθειες, χρήσεις, ανάγκες των καταναλωτών, αποδοχές τιμών, ποιότητας, εικόνας προϊόντων που μπορεί να επιδράσουν θετικά ή αρνητικά στην εξέλιξη προϊόντων και αγοράς.
- Να κάνουν Product Market Test για να αποφύγουν παγίδες και να διασφαλίσουν την επιτυχία περισσότερο πριν επενδύσουν σε νέα προϊόντα.
- Να δημιουργήσουν μετρήσιμες αποδοτικές διαφημιστικές καμπάνιες (Positioning & Advertising Concepts) και προωθητικές ενέργειες.
- Να μετρήσουν και να διαχειριστούν τις επιπτώσεις των Private labels στο brand.
- Να εκτιμήσουν τη δύσκολη συνεργασία με τα δίκτυα διανομής και τις ανταποδοτικές παροχές.

Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να λανσάρουν τα νέα προϊόντα που ζητά το καταναλωτικό κοινό. Μέσα σε κλίμα έντονου ανταγωνισμού βελτιώνοντας ταυτόχρονα τα συνολικά εταιρικά τους μεγέθη. Νικήτρια Εταιρία θα αναδειχθεί η εταιρία με την καλύτερη βελτίωση Μεριδίου Αγοράς και Απόδοση Επένδυσης καθώς και με τα περισσότερα επιτυχημένα νέα προϊόντα.