



Stratejik Pazarlama Yönetimi Eğitimi

SP2535

Eğitim Amacı

Katılımcıların pazar analizi yaparak kurumsal hedeflerle uyumlu, rekabet avantajı sağlayan uzun vadeli pazarlama stratejileri oluşturmalarını sağlamaktır.

Eğitim Detayları

Kurumsal Eğitim
 Kapalı Grup / Bire-bir
 Online Yüz Yüze

Eğitim Süresi: 1 Gün / 6 Saat
 Sertifika: Katılım Sertifikası
 Eğitim Takvimi: Hİ / HS

Eğitim İçeriği

• Pazarlama Stratejisine Giriş ve Analiz

- Kurumsal Vizyon ve Misyonun Pazarlama Stratejisine Entegrasyonu
- Pazar Büyüklüğü, Eğilimleri ve Makro Çevre Analizi (PESTEL)
- Rekabet Analizi ve Sektör Güçlerinin Değerlendirilmesi

• Pazar Bölümlendirme, Hedefleme ve Konumlandırma (STP)

- Etkili Pazar Segmentasyonu Kriterleri ve Yöntemleri
- Doğru Hedef Pazarın Seçilmesi
- Markanın Pazarda Başarılı Bir Şekilde Konumlandırılması (Positioning)

• Pazarlama Karması (4P/7P) Yönetimi

- Ürün (Product): Ürün Yaşam Döngüsü ve Portföy Yönetimi
- Fiyat (Price): Stratejik Fiyatlandırma Kararları
- Dağıtım (Place): Kanal Yönetimi ve Çok Kanallı Stratejiler
- Tutundurma (Promotion): Entegre Pazarlama İletişimi (IMC)

• Marka Stratejisi ve Değer Yönetimi

- Marka Kimliği, İmajı ve Değer Teklifinin Oluşturulması
- Marka Sadakati ve Marka Denkliliğinin (Brand Equity) Ölçümü

• Pazarlama Planı Geliştirme ve Bütçeleme

- Stratejik Pazarlama Planının Yapısı ve Bileşenleri
- Pazarlama Bütçesinin Belirlenmesi ve Kaynak Dağıtımı (ROI Odaklılık).

Hedef Kitle

Pazarlama yöneticileri, marka uzmanları, ürün yöneticileri, iş geliştirme profesyonelleri ve üst düzey yöneticilerdir.

