

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Ημερομηνία Διεξαγωγής: **ΠΕΜΠΤΗ 16/06/2022**
Πόλη και Χώρος Διεξαγωγής: **ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ «CLEOPATRA»**

**ΔΗΛΩΣΗ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
ΠΑΤΗΣΤΕ ΕΔΩ**

Τα Στελέχη Μάρκετινγκ και Πωλήσεων είναι από τα πρώτα που δέχονται τους κραδασμούς για ό,τι συμβαίνει στην αγορά. Λόγω των συνεχών αλλαγών στο εξωτερικό περιβάλλον, παρατηρείται καθυστέρηση στη λήψη αποφάσεων. Μέχρι να ληφθεί μια απόφαση, τα δεδομένα στην αγορά αλλάζουν, με αποτέλεσμα και πάλι να μην λαμβάνεται απόφαση.

Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις σε δύσκολες εποχές αφορά την κατανομή του προωθητικού προϋπολογισμού. Οποιοδήποτε λάθος στην κατανομή του προωθητικού προϋπολογισμού επιφέρει απώλεια χρημάτων και επιπρόσθετα δεν οδηγεί σε επιθυμητά έσοδα στην επιχείρηση, αφού υλοποιούνται λάθος ενέργειες.

Κάθε επιχείρηση οφείλει να αυξήσει το βαθμό ανθεκτικότητας της σε όλα τα επίπεδα, και ειδικότερα στο Μάρκετινγκ και τις Πωλήσεις. Το σεμινάριο θα δώσει τα απαραίτητα εφόδια στους συμμετέχοντες ώστε να είναι σε θέση να σχεδιάζουν με αυτοπεποίθηση τις κατάλληλες στρατηγικές Μάρκετινγκ σε αβέβαιες εποχές.



Μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση να:

- αναγνωρίζουν τις σημαντικότερες αλλαγές που σημειώθηκαν στο χώρο του μάρκετινγκ, λόγω της πανδημίας, οι οποίες έχουν επηρεάσει τους πελάτες τους.
- παραθέτουν και να περιγράφουν τις συνήθειες αντιδράσεις μάρκετινγκ των επιχειρηματιών προς τις κρίσεις, καθώς και να διαχωρίζουν τις αντιδράσεις αυτές σε καλές και καταστροφικές.
- περιγράφουν με σαφήνεια τις στρατηγικές οι οποίες πρέπει να υιοθετούνται ώστε η επιχείρησή τους να ωφελείται μακροπρόθεσμα.
- αξιολογούν με ευθυκρισία την κατάσταση όπως διαμορφώνεται και να αποφεύγουν να υιοθετούν τις χειρότερες αντιδράσεις στις αιφνίδιες αναταράξεις.
- προσδιορίζουν τα πέντε δύσκολα ερωτήματα τα οποία θα τους βοηθήσουν να σχεδιάζουν στρατηγικές για επενδύσεις μάρκετινγκ σε περίοδο ύφεσης.
- επιλέγουν το κατάλληλο μίγμα συντελεστών μάρκετινγκ οι οποίες θα τους βοηθήσουν να αλλάζουν τις αντιλήψεις των πελατών σκοπεύοντας να τους ενθαρρύνουν να αγοράζουν τις δικές τους μάρκες και σε μεγαλύτερη ποσότητα.
- λαμβάνουν δράση με αυτοπεποίθηση στο σωστό χρόνο, αφού θα κατανοήσουν ότι για να επιβιώσει μια επιχείρηση στο χαώδες περιβάλλον απαιτείται ριζικά νέος τρόπος σκέψης εκ μέρους των διευθυντικών στελεχών ειδικά.
- αποδέχονται ότι μέσα στις επιλογές τους είναι και η προσαρμογή της τιμής και της αξίας της μάρκας ανάλογα με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες του πελάτη.

Περιγραφή υποψηφίων για συμμετοχή:

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε **Διευθυντικό, Εποπτικό και Επιστημονικό Προσωπικό από τα Τμήματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων που θέλουν να μάθουν πώς να σχεδιάζουν αποτελεσματικά Στρατηγικά Πλάνα Μάρκετινγκ, ειδικά σε αβέβαιες εποχές.**

Εκπαιδευτής:

Το εν λόγω πρόγραμμα θα διδάξει ο κύριος Εμπειρογνώμονας κ. **Μιχάλης Μαϊμάρης.**

Δικαίωμα Συμμετοχής: €180 + €34.20 Φ.Π.Α.

Η προδιαγραφή του προγράμματος εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Επιχορήγηση από ΑνΑΔ → €119

Ποσό Πληρωτέο στο ΚΕΒΕ → €95.20 (€61 + €34.20 Φ.Π.Α)

Δηλώσεις Συμμετοχής:

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν **ηλεκτρονικά** τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **ΕΔΩ** το αργότερο **μέχρι την Πέμπτη 9 Ιουνίου 2022**.

Η πρακτική φύση και ο τύπος του προγράμματος θέτουν περιορισμούς στον αριθμό των συμμετοχών, γι' αυτό οι αιτήσεις θα γίνονται δεκτές με σειρά προτεραιότητας.

Για περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε με την κα. Ζωή Πιερίδου, Λειτουργό ΚΕΒΕ, στα τηλ. 22889746/ 22889715, email: z.pieridou@ccci.org.cy.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελής
Ανώτερος Λειτουργός ΚΕΒΕ

ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

1. Με Επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ

2. Κατάθεση στους πιο κάτω λογαριασμούς:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **0194-12-006537**

IBAN NO.: **CY 16 0020 0194 000 000 12 0065 3700**

CY25005001210001210101392401

BIC: **BCYRCY2N**

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: **121-01-013924-01**

IBAN NO.:

BIC: **HEBACY2N**

3. Μέσω της Υπηρεσίας **JCC SMART** πατώντας στον σύνδεσμο: <https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>

*Η πληρωμή με μετρητά **δεν** θα γίνεται αποδεκτή, σύμφωνα με τους νέους κανονισμούς της ΑνΑΔ.

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν με εγγυητούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τα κριτήρια της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



Αρχή Ανάπτυξης
Ανθρώπινου
Δυναμικού
Κύπρου

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ (16/06/2022)				
Ώρες Εφαρμογής		Διάρκεια (ώρες)	Χρονοτοποθέτηση περιεχομένου	Εκπαιδευτής
Από	Μέχρι			
08.30	10.30	2,00	Εισαγωγή & Στόχοι του σεμιναρίου Ο κόσμος έχει μπει σε νέα οικονομική φάση <ul style="list-style-type: none"> ○ Ευκαιρίες & Απειλές <ul style="list-style-type: none"> • Η ευημερία είναι σπουδαίος δάσκαλος • Η δυσπραγία είναι ακόμη σπουδαιότερος ○ Ανάλυση της κατάστασης όπως επηρεάζει την επιχείρηση του κάθε συμμετέχοντα Ένα εργαλείο λήψης αποφάσεων για κάθε Μάρκετερ <ul style="list-style-type: none"> ○ Ποιοι είναι οι παράγοντες οι οποίοι συμβάλλουν ώστε να λαμβάνονται σωστότερες αποφάσεις για θέματα που αφορούν το Μάρκετινγκ; ○ Ποιες ενέργειες αποτελούν κόστος και ποιες επένδυση; ○ Ποια κριτήρια χρησιμοποιούμε στη λήψη αποφάσεων; ○ Άσκηση για την επιχείρηση κάθε συμμετέχοντα, με βάση τα πιο πάνω: Πόσο αποτελεσματικές είναι οι ενέργειες Μάρκετινγκ μας; ○ Συζήτηση / Συμπεράσματα 	Μιχάλης Μαϊμάρης
10.30	10.45	0,25	Διάλειμμα	
10.45	12.45	2,00	Τα πέντε δύσκολα ερωτήματα σε περίοδο ύφεσης που καθορίζουν ένα προϋπολογισμό Μάρκετινγκ <ul style="list-style-type: none"> ○ Το φαινόμενο της πεταλούδας: Πως μικρές αναταράξεις δημιουργού μεγάλες αλλαγές; ○ Πόσο δύσκολη είναι η επιλογή των στρατηγικών που θα επιλέξει μια επιχείρηση σε περίοδο οικονομικής κάμψης; ○ Αξιολογώντας και εναρμονίζοντας τις ενέργειες Μάρκετινγκ με βάση τα πέντε αυτά κρίσιμα ερωτήματα Παρουσίαση των 5 ερωτημάτων αναλυτικά	Μιχάλης Μαϊμάρης
12.45	13.45	1,00	Γεύμα	
13.45	15.15	1,50	Καθορίζοντας τον προϋπολογισμό Μάρκετινγκ σε αβέβαιες εποχές <ul style="list-style-type: none"> ○ Η μεγάλη εικόνα ○ The Sales Funnel <ul style="list-style-type: none"> • Πως μας βρίσκουν οι πελάτες; • Τι πρέπει να ξέρουν για να αγοράσουν; • Ποιους παράγοντες λαμβάνουν υπόψη για να προχωρήσουν σε αγορά; ○ Αξιολογώντας τους ανταγωνιστές ○ Τι ποσό πρέπει να επενδύσουμε στην προώθηση για να πετύχουμε το στόχο μας; <ul style="list-style-type: none"> • Μέσα και Εργαλεία που μπορούμε να αξιοποιήσουμε ○ Παρουσίαση ολοκληρωμένου προωθητικού πλάνου 	Μιχάλης Μαϊμάρης
15.15	15.30	0,25	Διάλειμμα	
15.30	17.00	1,50	Σχεδιάζοντας το Πλάνο Μάρκετινγκ σε μια μόνο σελίδα <ul style="list-style-type: none"> ○ Τι πρέπει να περιέχει; ○ Πως το παρουσιάζουμε στην Διοίκηση για έγκριση; ○ Πως διασφαλίζουμε την επιτυχή υλοποίηση του; ○ Πως λαμβάνουμε διορθωτικές ενέργειες; ○ Παρουσίαση Περιπτώσιακής Μελέτης <ul style="list-style-type: none"> • Συζήτηση Συμπεράσματα / Αξιολόγηση σεμιναρίου & Εκπαιδευτή	Μιχάλης Μαϊμάρης
Διάρκεια Κατάρτισης		7,00		