INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

№ 31424/IBA от 02.05.2024

Коммерческое предложение по обучению для компании «»

По теме:

«ПРАКТИЧЕСКИЙ КУРС ПО МАРКЕТИНГОВЫМ ИССЛЕДОВАНИЯМ»

От International Business Academy

2024

International Business Academy благодарит Вас за внимание к нашей компании и предлагает ознакомиться с коммерческим предложением по организации и проведению семинара

Наши конкурентные преимущества:

- **Индивидуальная разработка программ под заказ**
- **Mini ассессмент + отчет (по договорённости с клиентом)**
- **Большой выбор тренеров**
- **Персональный менеджер, курирующий проект**
- **Посттренинговая поддержка 6 месяцев**
- **Программы лояльности для постоянных клиентов**
- **Высокая репутация компании IBA и рекомендации от ведущих компаний Казахстана**
- **Обучение в рамках международных стандартов**

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА:

E-mail: info@iba.kz
Сайт: http://www.iba.kz/ Тел.: +7 (727) 328-02-02/03; Моб. тел.: +7 702 777 4411
Адрес: РК, г. Алматы ул. Жарокова 318 офис 23 (уг. проспекта Аль-Фараби)

ТОО «International Business Academy» приглашает Вас принять участие в обучении по теме: "Практический курс по маркетинговым исследованиям".

Стоимость обучения: 0 тенге без НДС (Исполнитель не является плательщиком НДС). Цена на 2025 год с учетом индексации 10% составит 0 тенге без НДС (Исполнитель не является плательщиком НДС).

Место проведения: очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

Даты проведения:
по согласованию

Продолжительность: 8 академических часов

Время: с 10:00 до 17:30.

Количество участников: 1 человек

В стоимость обучения входит: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (6 месяцев), обед и 2 кофе-брейка в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

Просим заключить договор заранее как минимум за 1-2 месяца до начала обучения и забронировать даты с тренером.

Исполнитель: Батухтина Н.Е

Информация о компании.

International Business Academy– это:

1. Рекомендации. Высокая репутация компании IBA и рекомендации от ведущих компаний Казахстана. Компания более 10 лет на рынке за это время зарекомендовала себя, как надежного поставщика услуг.

2. Персональный менеджер, курирующий проект. Каждый проект курирует отдельный менеджер, который закреплен за Вашей компанией

3. Лучшие эксперты. Профессиональный состав привлекаемых к процессу обучения преподавателей, успешных экспертов, консультантов, топ-менеджеров крупных корпораций.

4. Актуальность и польза. Наши программы отражают самые современные методики с учетом изменения рынка и законодательства.

5. Формат обучения. Мы предлагаем нашим клиентам несколько форматов обучения:
— Очный и Онлайн формат открытых, корпоративных и индивидуальных семинаров.

6. Пост-тренинговые анализ и поддержка в течении 6 месяцев. Мониторинг результатов тренингов в рабочем процессе, рекомендации от тренера.

7. Индивидуальный подход. Все, начиная от содержания, места и времени проведения тренингов может быть настроено в соответствии Вашим потребностями.

8. Принципиально высокий уровень сервиса. Мы создали все условия для максимального вовлечения в обучение: от удобных кресел и современного презентационного оборудования, до удобной локации.

9. Международные стандарты обучения. Обучение в рамках международных стандартов, с адаптаций под реалии казахстанского бизнеса.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

1 день

Основные аспекты аналитической функции маркетинга

- Маркетинговая информационная система и ей составляющие. Анализ потребности в маркетинговой информации. Работа с внутренними контрагентами
- Виды маркетинговых исследований. Точность результатов маркетинговых исследований. Выбор адекватного исследовательского инструмента

Практикум:

- Определение ключевых показателей для сбора и анализа информации с учетом поставленных целей

Оценка емкости рынка и рыночной доли

- Определение емкости рынка товаров и услуг: базовые подходы, их преимущества и недостатки. Исходная информация для определения емкости рынка
- Прогнозирование потенциальной емкости рынка. Методы оценки рыночной доли

- Разработка прогноза продаж для новых продуктов (рынков) при отсутствии базовой статистики
- Технология проведения качественного исследования: экспертные опросы, глубинные интервью, метод Дельфи, метод референтных групп. Анализ достоинств и недостатков, актуальность и точность получаемой информации

Практикум:

- Методика расчета емкости территориальных отраслевых рынков с помощью коэффициентов приведения

Определение ключевых конкурентов и оценка конкурентоспособности

- Понятие конкурентного преимущества и ключевой компетенции, анализ конкурентоспособности компании
- Методика выделения стратегических групп конкурентов
- Определение сильных и слабых сторон

Практикум:

- Методика определения стратегических групп конкурентов

Модели потребительского поведения. Определение конкурентных преимуществ

- Изучение мотивации потребителей. Выявление разрывов в удовлетворении спроса
- Модели потребительского поведения: определение конкурентных преимуществ: Концепция Создания Привлекательного Качества (Attractive Quality Creation) Нориаки Кано

Практикум:

- Кейс «Определение конкурентных преимуществ: Концепция Создания Привлекательного Качества (Attractive Quality Creation) Нориаки Кано»

2 день

Практика сегментирования

Рынок

- Технология сегментирования рынка как не упустить важное
- Определение и уточнение базового рынка: что такое сетка сегментирования, правила ее тестирования
- Метод многофакторного моделирования: выбор критериев, последовательность шагов. Методика 1000×1000

Практикум:

- Методика выявления наиболее привлекательных рынков 1000×1000

Территории

- Возникающие вопросы при выборе территорий и практика их решения
- Матрица «Привлекательность — Потенциал»: выбор территории для развития

Клиенты: сегментация базы данных клиентов

- Правила и эффективные методы сегментации клиентов: многофакторное моделирование, ABC-анализ
- Критерии оценки сегментов с точки зрения маркетинга и продаж
- Методика оценки прибыльности клиентов. Кто ключевые клиенты: матрица продукт-рынок «Выбор основных групп взаимодействия»

Практикум:

- Методика «Продукт-Рынок» — оперативное и стратегическое планирование

Методы полевых исследований потребителей

- Методы получения релевантной полевой маркетинговой информации о конкурентах
- Специфика исследования корпоративных потребителей
- Методы легендированных (засекреченных) опросов корпоративных потребителей и конкурентов
- Опросные исследования потребителей: анкетирование, личные формализованные интервью, телефонные интервью, он-лайн исследования
- Структура анкеты, основные требования к составлению анкет, порядок составления анкеты
- Контрольные и скрининговые вопросы. Вопросы, с помощью которых можно выявить скрытые мотивы
- Мистери-шоппин: области применения, методы организации и проведения

Практикум:

- Разработка анкеты для опроса клиентов (работа в мини-группах)
- Имитационная деловая игра: пилотирование анкеты и определение направлений ее совершенствования (работа в мини-группах)