INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Менеджер по маркетингу, рекламе и PR. Инструменты эффективной работы

Программа

1 день

Менеджер по маркетингу и рекламе в структуре управления компанией

- Основные функции менеджера по маркетингу и рекламе
- Основы маркетинговых исследований и аналитики
- Принципы анализа ассортиментного портфеля. Методы анализа: Продуктово-рыночная матрица
- Маркетинговая поддержка продаж
- Сегментация потребителей и рынков. Методика многофакторного моделирования и методика 1000×1000. Способы оценки и выбора приоритетных сегментов

Рекламное планирование и бюджетирование

- Основные принципы и структура маркетингового планирования. Сроки и этапы, формы плана
- Определение рекламного бюджета и его обоснование
- Управление рекламным бюджетом
- Основные концепции измерения эффективности рекламы: их преимущества и недостатки

Практикум: Методики выделения целевых сегментов на рынках B2B и B2C, оценка эффективности программы продвижения, разработка продуктово-рыночной матрицы

2 день

Медиапланирование. Выбор основных каналов воздействия

- Медиапланирование в терминах: сложности понимания
- Обзор основных каналов размещения рекламы
- Телевидение
- Радио
- Пресса
- Наружная реклама
- Интернет
- Принципы составления Media Mix

Практикум: Выбор медиаканалов по кейсу

Эффективность качественного PR

- PR как часть планирования маркетинга. Основные функции и зоны ответственности
- Внешний PR: СМИ, деловые презентации, участие в ассоциациях и торговых палатах, совместные проекты с властью
- Корпоративный PR: работа с партнерами
- Внутренний PR: сотрудники и семьи
- Каналы коммуникации и инструменты PR. Определение целевой аудитории
- СМИ: пресс-релизы, комментарии, пресс-конференции, база СМИ, комментарии, интервью
- Развитие связей со СМИ. Что ждет пресса
- PR тексты: виды, правила составления, эффективность. Методика ГКЧП
- 10 правил составления яркого заголовка

Практикум: разработка пресс-релиза и программы пресс-тура

Стимулирование продаж

- Стимулирование потребителя: BTL
- Стимулирование оптовой и розничной торговли
- Стимулирование собственного торгового персонала
- Программы лояльности

- Оценка эффективности мероприятий по стимулированию. Методика расчета

Практикум: Выбор методов стимулирования по кейсу, расчет оценки эффективности мероприятий по стимулированию

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Казахстан, город Алматы, ул. Жарокова 318, офис 23

www.iba.kz

info@iba.kz