

Уважаемые Дамы и Господа!

Учебный центр ОАО «Иркутскэнерго» приглашает Вас принять участие в практическом семинаре:

«Планирование маркетингово - рекламных мероприятий и расчет их эффективности» 24 -25 августа 2012 г.



Стерхова Светлана – доцент, консультант по маркетингу, бизнес – тренер.

Профессиональный опыт

ООО «АгросЭко», директор по маркетингу и развитию;
ГК «Русьимпорт», директор по маркетингу;
Консалтинговое Агентство «InnovMarketing», директор, эксперт по оценке инновационных проектов.

Преподавательская деятельность

Академия народного хозяйства при правительстве РФ
МВА, факультет «Инновационный менеджмент»
Школа менеджеров «Арсенал», стратегический маркетинг
МИРБИС, маркетинг МВА, бизнес - тренер Moscow Business School

Программа семинара:

1. Планирование маркетинговых мероприятий

- Основные принципы и необходимость планирования;
- Структура маркетингового плана;
- Основные ошибки маркетингово-рекламного планирования;
- Методика выбора носителей и способов продвижения;
- Тестирование рекламных концепций;
- Признаки хорошего маркетингового плана.

Практикум: Методика определения контрольных точек эффективности маркетингового плана на примере компаний слушателей

2. Ключевая маркетинговая информация для планирования и инструменты анализа в основных проекциях:

- Рынок, отрасль;
- Товары, технологии;
- Клиенты, потребители;
- Поставщики;
- Конкуренты.

Практикум: Продуктово – рыночная матрица. Кейс. Расчет влияния сокращения (увеличения) ключевых клиентов на финансовые результаты компании (прибыль)

3. Планирование маркетинга на основе финансовых и нефинансовых показателей

- Определение ключевых параметров различных средств продвижения;
- Сравнительный анализ основных маркетинговых инструментов и медиа;
- Определение бюджета маркетинга и его обоснование;
- Планирование эффективности будущих мероприятий;
- Принципы отбора способов продвижения из имеющихся альтернатив;
- Управление портфелем маркетинговых инвестиций.

Практикум: Алгоритм выбора инструментов продвижения
Оценка креативности идеи акции, Кейс по выбору и обоснованию инструментов продвижения

4. Основы финансовых измерений для маркетологов

- Основные концепции и модели измерения эффективности маркетинга: их преимущества и недостатки;
- Ключевые финансовые концепции и понятия, необходимые маркетологам;
- Расчет ROMI и его влияние на принятие решений в маркетинге;
- Расчет рентабельности клиента и его пожизненной ценности, способы их увеличения;
- Измерение эффективности существующих инструментов маркетинга и рекламы;
- Контроль за ходом маркетинговых мероприятий и оценка их текущей эффективности;
- Комплексная модель измерения эффективности маркетинга.

Практикумы: Расчет маркетингового ROI, оценка эффективности акций, оценка влияния изменения цены и ассортиментного портфеля на финансовые результаты деятельности компании, Маркетинговая оценочная матрица

Зарегистрироваться на участие в программе и получить более подробную информацию Вы можете на сайте www.ucenter.irkutskenergo.ru, либо обратившись по тел. (3952) 795 – 383; 955-006; 795-385

e-mail: ku.es.irkutskenergo@mail.ru; uc.irkutskenergo@mail.ru

Стоимость участия в семинаре 9200 руб. Участникам, подавшим заявки до 1.08.2012 – 8500 руб.
В стоимость участия в семинаре так же входят: кофе-брейк, обед, раздаточный материал, сертификат.