

Satış ve Pazarlamada Uyum Eğitimi

Süre: 2 Gün

Açıklama

Satış ve Pazarlamada Uyum Eğitimi, satış ve pazarlama departmanlarının görev ve sorumluluklarını netleştirerek ortak hedeflerle çalışmasını destekleyen 2 günlük sanal sınıf / online programdır.

Program; satış ve pazarlamanın temel adımları, karşılaşılan zorluklar, performans hedefleri ve işbirliği alanları üzerine teorik bilgi ile pratik workshopları birleştirir. Katılımcıların kendi süreçlerine aktarabilecekleri stratejiler geliştirmesi ve iki departmanın işbirliğini güçlendirmesi amaçlanır.

İnteraktif tartışmalar ve grup çalışmalarıyla katılımcılar kendi şirketlerinden örnekler paylaşabilir; temel kavramları pratik uygulamalarla pekiştirerek günlük iş akışları için yeni bakış açıları geliştirebilir.

Eğitim İçeriği

Satış ve Pazarlama Kavramları

Satış ve pazarlamanın şirket içerisindeki temel görevleri ve bu iki alanın genel tanımları.

B2C ve B2B Pazarlama

Farklı iş modellerine göre pazarlama stratejileri ve satış süreçleri; tüketiciye yönelik (B2C) ve iş dünyasına yönelik (B2B) pazarlama arasındaki farklar.

Satış Süreçlerinin Aşamaları

Satışın müşteri adayı bulmaktan kapanışa kadar olan adımları; müşteri kazanma ve sadakat sağlama stratejileri.

Pazarlama Süreçlerinin Aşamaları

Pazarlamanın analizden planlamaya, uygulamadan geri bildirim toplamaya kadar olan adımları; strateji geliştirme ve hedef kitle belirleme.

Satış ve Pazarlama KPI'ları ve Hedefleri

Satış ve pazarlama performans göstergeleri ve başarı kriterleri; metrik belirleme ve performans izleme.

Push ve Pull Satış/Pazarlama Teknikleri

İtici (push) ve çekici (pull) pazarlama stratejileri ve bu stratejilerin satış üzerindeki etkisi.

Pazarlamanın Karşılaştığı Zorluklar

Pazarlama ekiplerinin karşılaştığı zorluklar, değişen müşteri talepleri ve rekabet ortamının etkileri.

Satışın Karşılaştığı Zorluklar

Satış ekiplerinin karşılaştığı engeller, müşteri ikna süreci ve satış döngülerinin uzunluğu gibi zorluklar.

Satış ve Pazarlama İşbirliği

İki fonksiyonun uyumlu çalışması için gerekli strateji ve iletişim yöntemleri; görev dağılımı ve işbirliği yolları.

Satış ve Pazarlama Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar

İki alanın ortak noktaları ve ayrıldığı yönler; müşteri memnuniyeti ve gelir artırma odaklı çalışmalar.

Ön Koşullar

Herhangi bir ön koşul yoktur.