

MARKETING MANAGEMENT

MARKETING MANAGEMENT

Durasi: **3 hari** (24 jam) | Duration: **3 days** (24 hours)

Menjawab Masalah Apa

Saat ini berbicara mengenai strategi pemasaran modern, memang telah terjadi banyak perubahan besar dalam dunia bisnis. Dinamika bisnis saat ini baik di perusahaan dengan jenis dasar bisnis Business to Business (B2B) maupun Business to Customer (B2C) telah berkembang sedemikian rupa sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang jitu serta teknik bauran pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat ini dilakukan agar dapat menyentuh kebutuhan dan keinginan pelanggannya serta memenangkan pasar dengan mudah. Peta persaingan yang kian ketat juga mempengaruhi strategi dan taktik pemasaran untuk dapat mengenali dan memenuhi kebutuhan pelanggan, agar perusahaan lebih unggul dari pesaing.

Manfaat Apa yang Anda Peroleh

Setelah mengikuti program pelatihan ini, peserta mampu:

- Memahami berbagai istilah, definisi, prinsip dan isu strategis dalam konsep pemasaran
- Memahami langkah – langkah dalam merencanakan dan menjalankan strategi pemasaran
- Memahami langkah – langkah pokok dalam mengembangkan kebijakan bauran pemasaran (marketing mix)

Apa Saya yang Dibahas

- Pengertian isu – isu dalam pemasaran
- Strategi pemasaran dalam produk
- Strategi pemasaran dalam harga
- Strategi pemasaran dalam distribusi
- Strategi pemasaran dalam komunikasi
- Strategi pemasaran dalam jasa
- Simulasi penerapan konsep pemasaran

Siapa yang Perlu Ikut

- Manajer pemasaran
- Manajer produk
- Manajer merk / brand

Problems to Be Addressed

Today's modern marketing strategies have experienced major changes in the business world. The current business dynamics in the companies, either in business to Business (B2B) and Business to Customer (B2C) level, had developed so high that it calls for an accurate marketing strategy and marketing mix techniques. An accurate marketing strategy is carried out in order to fulfill customer's needs and demand as well as win the market easily. The growing tight competition scenario also contributes to the formulating of marketing strategies and tactics in order to recognize customers' needs and to perform better than competitors.

Objectives

After taking this training program, the participants will be able to:

- *Understand different terms, definitions, principles and strategic issues in marketing concept*
- *Understand the fundamental steps in planning and executing marketing strategy*
- *Understand the fundamental steps in developing marketing mix policies*

Subject Covered

- *Overview and comprehension of issues in marketing management*
- *Product marketing strategy*
- *Price marketing strategy*
- *Distribution channel marketing strategy*
- *Marketing communication strategy*
- *Service marketing strategy*
- *Marketing Simulation / Game*

Who Should Attend

- *Marketing Manager*
- *Product Manager*
- *Brand Manager*

- Manajer wilayah atau cabang
- Supervisor & Manajer penjualan
- Staf pemasaran & penjualan
- Staf perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran
- Manajer dan staf dengan rencana rotasi/ promosi/ penugasan ke departemen pemasaran/ penjualan

Metode pelatihan

- Lecturing
- Diskusi kasus
- Simulasi (Marketing Games)

- *Branch Manager*
- *Supervisor & Sales Manager*
- *Marketing & Sales Staffs*
- *All Staffs responsible for marketing activities*
- *Managers and staffs with future placement into marketing designations*

Training Method

- *Lecturing*
- *Case Discussion*
- *(Marketing Games)*

IDR 5.300.000

