



MARKETING CHANNEL STRATEGY

Menjawab Masalah Apa

Kinerja perusahaan tidak akan mencapai sasarannya bila perusahaan tidak memiliki strategi saluran pemasaran untuk menghadapi persaingan yang kian meningkat. Strategi saluran pemasaran tidak hanya berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran, namun mendukung perusahaan dalam memperoleh keuntungan maksimal dan mengembangkan bisnis di masa mendatang. Oleh karenanya diperlukan strategi saluran pemasaran secara komprehensif untuk perusahaan dalam memaksimalkan kinerjanya.

Manfaat Apa yang Anda Peroleh

Setelah selesai mengikuti program ini, peserta diharapkan mampu:

- Mendapatkan pemahaman mengenai definisi saluran pemasaran
- Memahami perancangan strategi saluran pemasaran
- Melakukan analisis dan audit saluran pemasaran
- Merancang struktur dan strategi saluran pemasaran
- Melakukan koordinasi dan pengontrolan saluran pemasaran
- Memahami potensi konflik dan solusinya dalam saluran pemasaran
- Melakukan evaluasi kinerja saluran pemasaran

Apa Saja yang Dibahas

- Definisi saluran pemasaran
- Merancang strategi saluran pemasaran: analisis pasar, audit, keputusan saluran pemasaran
- Memahami struktur saluran pemasaran: *retailing, wholesaling, franchising, emerging channel*
- Pengelolaan saluran distribusi dan bauran pemasaran
- Koordinasi dan pengontrolan saluran pemasaran
- Pengelolaan konflik saluran pemasaran dan solusinya
- Evaluasi kinerja saluran pemasaran

Siapa yang Perlu Ikut

- Kepala/Direktur pemasaran
- Manajer/Asisten Manajer Pemasaran
- Manajer/Asisten Manajer Produk
- Manajer/Asisten Penjualan

Problems To Be Addressed

Company performance will not achieve its goal if the company does not have the marketing channel strategy to face the increasing competition. Marketing channel strategy is not only trying to fulfill the needs and desires of the target market, but also supporting the company to obtain a maximum benefit and develop the business in the future. Therefore the company requires a comprehensive marketing channel strategy in order to maximize its performance.

Objectives

Having attended this program, the participants are expected to be able to:

- *Get the understanding about the definition of marketing channel*
- *Understand the design of marketing channel strategy*
- *Perform analysis and audit of marketing channel*
- *Design the structure and strategy of marketing channel*
- *Coordinate and control the marketing channel*
- *Understand the potential conflict and its solution in marketing channel*
- *Evaluate the marketing channel performance*

Subjects Covered

- *The definition of marketing channel*
- *Design of marketing channel strategy: market analysis, audit, marketing channel decision*
- *Understanding the structure of marketing channel: retailing, wholesaling, franchising, emerging channel*
- *Distribution channel management and marketing mix*
- *Coordination and control of marketing channel*
- *Marketing channel conflict management and its solution*
- *Evaluation of marketing channel performance*

Who Should Attend

- *Head / Director of Marketing*
- *Manager / Assistant Manager of Marketing*
- *Manager / Assistant Manager of Product*
- *Manager / Assistant of Sales*

IDR 5.100.000