



ENTEĞRE PAZARLAMA İLETİŞİMİ ve REKLAMCILIK SÜREÇLERİ

Günümüz rekabet ortamında, ürün ve hizmetlerin doğru planlanması yanında, müşterilerin marka ve ürünlerimizle yaşadıkları deneyimi hissetmelerini sağlamak için marka ve ürünlerin müşteri ile olan iletişimini de etkinlikle yönetmenin önemi giderek daha çok fark edilmektedir.

Bu eğitim ile katılımcılara entegre pazarlama iletişimi ve reklamcılık alanındaki kavramlar çok boyutlu olarak reklam veren ve reklamcı tarafındaki farklı örneklerle aktarılacak, çok kanallı olarak planlanacak iletişim hareketi aktivitelerinin reklam veren tarafında nasıl hazırlanması gerektiğinden reklam ajansındaki yaratım sürecine, çok kanallı müşteri iletişiminin planlanmasından saha ekiplerinin pazarlama iletişiminde kullanımına kadar marka ve ürünün iletişimine yönelik süreçlerin tamamı sırasıyla aktarılacaktır.

Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık eğitim programı sonucunda katılımcılar;

- Reklam ve İletişim Kavramları,
- Stratejik İletişim Planı ile Kurumsal İletişim,
- Pazarlama Planı ve Entegre Pazarlama İletişimi,
- Reklam Veren Açısından Entegre Pazarlama İletişimi Süreçleri,
- İnternet, Sosyal Medya, Mobil Pazarlama (SMS, Oyun vb.),
- CRM'nin Pazarlama İletişiminde Kullanımı,
- Pazarlama İletişiminde Saha Ekiplerinin (Bayi /Şube/ Mağaza vb) Rolü,
- Sahada Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Pazarlama İletişimi

gibi konularda ayrıntılı bilgi sahibi olacaklardır.

Eğitim Koordinatörü:

Leyla Dikici

Eğitimci:

Emre Hasan Saylık



Ajanda

1. GÜN

REKLAMIN İYİSİ KÖTÜSÜ OLUR !

- İletişim Kavramlarını Bilmek ,
- İletişimin Aşamalarını Fark etmek,
- Pazarlamak İçin İletişim Kurmak: Reklam,
- Reklamın Bileşenleri, Amacı ve Hedefi,
- Kurumsal İletişimin Tanımı, Kapsamı ve Reklamla İlişkisi,
- Kurumlarda Stratejik İletişim Planı ile Yönü Belirlemek ,
- Pazarlama Planı ile Entegre Pazarlama İletişimi Kurgulamak,
- Kurum İçi Planlamalardan Reklamcılara Giden Sürecin Aşamaları,
- Pazarlama Karması ve Reklamcılık

SESİM GELİYOR MU?

- Hedefi Belirlemek: Stratejik Brief,
- Briefin Hazırlık Aşamaları ,
- Briefin Yaratım Sürecine Etkisi,
- Reklamda Hedef, İçerik, Zamanlama, Bütçe, Yöntem, Kontrol,
- Yaratıcı Brief Sürecinde ki Başarı Kriterleri,
- Yaratıcıların Kullandığı Metin ve İçerik Yöntemleri ,
- Reklam Sürecinde Yer Alan Ekipler ve Rollerin Çatışması,
- Medya Seçimi, Kullanımı ve Topluluklara Etkisi ,
- Reklam, Ses mi Çıkardı Yoksa Ses mi Getirdi?

2. GÜN

- Pazarlama İletişimi Tipleri ve Teknolojinin Evrimi ,
- Veri Tabanlı Pazarlama ve Kullanım alanları,
- İnternet, Sosyal Medya, Online PR, Web ve Mobil Pazarlama,
- Diğer Mecralar, AVM, Taksi, Oyun, Chat, Blog, Webinar, Arama Motoru vb.
- CRM'nin Pazarlama İletişiminde Kullanımı,
- Doğrudan Pazarlamanın Teknolojisi ve İçerik Yönetimi,
- Çoklu CRM Kampanyalarının Planlanması, Yönetimi,
- Yeni Teknikler; Gerilla Pazarlama ve Ötesi,

- Çok Kanallı Entegre Pazarlama İletişimi Planlaması,
- Bütçe ve Başarı Hedeflerini Belirleme,
- Satış Pazarlama İletişiminde Saha Ekiplerinin (Bayi/ Şube / Mağaza vb) Rolü,
- Pazarlama İletişiminin Satış Ekipleri İçin İşlevi ve Kullanımı,
- Satış Planlamalarına Pazarlama Aktivitelerinin Eklenmesi,
- Satış Ekiplerinden Geribildirim Toplanması ve Güvenilirliği,
- CRM'nin Sahada Kullanımı ve Entegre Pazarlama İletişimindeki Yeri.

EĞİTMEN

Sosyoloji bölümü mezunu **Emre Hasan Saylık** Anlambilim ve Toplumsal İletişim üzerine odaklanmış, 10 yıla yakın süreyle Türkiye'nin lider bankalarında Kurumsal ve Bireysel Pazarlamada, Ürün Geliştirme Yönetimi, İnternet ve Mobil hizmetler, CRM ve Segment Yönetimi konularında çalışmış, reel sektörde Pazarlama Yönetimi'nde kariyerine devam etmiştir. Son üç yıldır serbest İş Danışmanı olarak çalışmaya başlamış ve Türkiye'deki önemli danışmanlık şirketleri ile beraber yine Bankacılık ve Telekom sektöründe önemli projeler yürütmüş ve yönetmiştir. Ayrıca eş zamanlı olarak 2006 yılından bu yana Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde, "İletişim ve Reklamcılık Bilgileri" eğitimi vermektedir.

Eğitim Metodolojisi

Eğitimlerimiz sunumlar eşliğinde teorik anlatımın yanında bireysel katılımı sağlamaya yönelik atölye çalışmalarını ve vaka analizlerini içermektedir.

Kimler Katılmalı?

Bankacılık, finansal hizmetler, Telekom ve Perakende sektöründe Pazarlama ve Reklamcılık alanlarında çalışanlar ve çalışmak isteyenler ile konuya ilgisi olan herkes katılabilir.

Eğitim Süresi

Entegre Pazarlama İletişimi ve Reklamcılık Süreçleri eğitimi toplam 12 saatten oluşmakta ve 2 günde gerçekleştirilmektedir

Eğitim Zamanı

Bu eğitim kurumlara özgü olarak verilmektedir. Eğitim zamanı kurum yönetimi ile birlikte kararlaştırılmaktadır. Bireysel katılım için lütfen bizimle irtibata geçiniz .

Eğitim Dokümanları

Tüm katılımcılara eğitim süresi boyunca yapılan sunumları ve bilgi kitapçıklarını içeren eğitim dosyaları verilmektedir.

Katılım Belgesi

Katılımcılara eğitim programı sonunda TURKKARİYER onaylı Katılım Belgesi verilmektedir.

Eğitim Ücreti

Eğitim ücreti katılacak çalışan sayısına göre değişmektedir. Daha fazla bilgi için lütfen bizimle irtibata geçiniz.

Daha Fazla Bilgi için

TEL: 212 263 02 01

FAX: 212 263 71 00

W:www.turkkariyer.com

E:egitim@turkkariyer.com