



Pazarlamaya Yeni Bakış Atölyesi

**Power
of
Happiness**

**Profesyonel
Koçluk
Eğitim
ve
Danışmanlık
Hizmetleri**

Neden Pazarlamaya Yeni Bakış?

Alvin Toffler'e göre insan uygarlığı ekonomisinin geçirdiği 3 büyük dalga oldu. Birinci dalga tarım çağıdır. İkinci dalga Avrupa'da başlayan ve dünyaya yayılan sanayileşme dalgasıdır. Üçüncü dalga ise, akıl, enformasyon ve ileri teknolojinin sermayeyi oluşturduğu ve başarıya ulaşmanın bunlara bağlı olduğu enformasyon çağıdır.

Dünya enformasyon çağı ile birlikte hızlı ve sıkıntılı bir değişim sürecinden geçiyor. İklim değişikliği, nüfus artışı, globalleşme, ekonomik merkezlerin yer değiştirmesi, teknolojinin mekanik bir dünyadan digital bir dünyaya kayıyor olması, üretici ve tüketici davranışlarını da çok etkiliyor ve hızlı bir şekilde değiştiriyor.

Tüm bunlar pazarlamanın ana kurallarını da kökünden etkiliyor. Geçtiğimiz 60 yıl içinde pazarlama "ürün merkezli" olmaktan "tüketici merkezli" olmaya evrildi. Bugün, pazarlamanın değişen koşulların getirdiği dinamik ortama ayak uydurmak üzere bir kez daha dönüşüme uğradığını görüyoruz. Şirketlerin odak noktalarını ürünlerden tüketicilere ve insanlığın karşı karşıya kaldığı sorunlara doğru genişlettiklerini görüyoruz. Bu nedenle pazarlama kuralları ve stratejilerini bir kez daha gözden geçirmek ve değişimi anlamak gerekiyor.

Hedef

Bu atölye çalışması ile kurumların misyon, vizyon ve değerlerine yeni bir bakış açısı getiriyoruz. Şirketlerin müşterilerini stratejik başlangıç noktası olarak almasını, digitalleşme ve bağlılık ile değişen Tüketici davranışlarını algılamasını ve değişen dünyada değişen ihtiyaçları doğru tesbit etmesini ve müşterinin endişelerini dikkate almasını sağlamayı amaçlıyoruz.

**Power
of
Happiness**

**Profesyonel
Koçluk
Eğitim
ve
Danışmanlık
Hizmetleri**

İçerik

Atölye çalışması 3 temel kısımdan oluşuyor:

- İnsan merkezli pazarlamacılığı şekillendiren ana trendler
- Şirketin misyon, vizyon ve değerlerinin sosyal paydaşlarına- tüketiciler, çalışanlar, iş ortakları ve hissedarlara pazarlanması
- Sağlık, yoksulluk, çevrenin sürdürülebilirliği gibi küresel sorunların çözümünde yeni pazarlama kavramını benimseyen şirketlerin, insan merkezli iş modeli uygulayarak çözüme nasıl katkıda bulunacakları üzerine örnekler ve çözümler sunuluyor.

İşlenecek başlıklar

- Pazarlamanın son 60 yılı, geçmişe kısa bakış
- Gelecekte Biz
- Katılım ve işbirliğine dayalı Pazarlama Çağı
- Digital devrim; "Anlatımcı ve İşbirlikçi Sosyal Medya"
- Küreselleşme Paradoksu ve Kültürel Pazarlama
- İnsan Ruhu Pazarlaması
- Yaratıcı Toplum Çağı
- Dikey değil, yatay pazarlama
- 3i modeli (Kotler)
- Değer Güdümlü Pazarlama
- Markanın yeni sahibi Tüketiciler!!!
- Misyon ve Vizyonun yeni tanımı
- Değerlerin Çalışanlara pazarlanması - "Çalışan Markası"
- Paylaşılan Değerler ve Ortak Davranış
- Hikayeler ve Markalar
- Farklılıkları Bütünleştirmek ve Güçlendirmek
- Büyüme için İşbirliği
- Uzun Vadeli Hissedar Değeri; Sürdürülebilirlik Vizyonu
- Kıt Kaynaklar, Dünyanın bir Sınırı Var
- Daha Yüksek Şirket Marka Değeri
- Büyüme Sonrası Piyasaya Pazarlama Yapmak
- Dönüşümün Şirketin Karakterine Yerleştirilmesi
- Sürdürülebilir Çevrenin Üç Aktörü
- Yeni Pazarlamanın 10 ilkesi (Kotler)

**Power
of
Happiness**

**Profesyonel
Koçluk
Eğitim
ve
Danışmanlık
Hizmetleri**

Kimler Katılmalı ?

- Kurumun Pazarlama ve Satış Ekipleri
- Kurumun bugünü taşıyan operasyonel yönetici/liderler
- Kurumun geleceğini hazırlayan stratejik yönetici/liderler
- Kurumun geleceğini emanet edeceği genç yetenekler

Yapı

Bu eğitim grup çalışmalarını ve vaka analizlerini kapsamaktadır.. Katılımcılara pazarlamanın yeni koşullarına göre şekillendirilmesi için vakalar verilir. Program teorik bilgilerin yanı sıra katılımcıların deneyimlerini paylaşacakları ve uygulama yapabilecekleri bir içeriğe sahiptir.

Süre

Pazarlamaya Yeni Bakış Atölyesi : 2 gün