



MARKETING MANAGEMENT

Menjawab Masalah Apa

Dinamika pasar saat ini baik di level B2B maupun B2C telah berkembang sedemikian rupa sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang jitu serta teknik bauran pemasaran yang tepat agar dapat menyentuh kebutuhan dan keinginan pelanggan. 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 selesai mengikuti program ini, peserta diharapkan 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 Saja yang Dibahas

- Pengertian isu – isu dalam pemasaran
- Skenario produk – pasar dan bauran pemasaran
- Strategi produk
- Strategi harga
- Strategi distribusi
- Strategi komunikasi
- Simulasi penerapan konsep pemasaran

Siapa yang Perlu Ikut

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

Problems To Be Addressed

The dynamics of the market these days, either in B2B or B2C level, had developed so high that it calls for an accurate marketing strategy as well as applied marketing mix techniques, to fulfill customer's needs and demand. 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

Having attended this program, the participants are expected to 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*

Subjects Covered

- *Overview and comprehension of issues in marketing management*
- *Product-Market Scenario and Marketing Mix*
- *Product Strategy*
- *Pricing Strategy*
- *Distribution Strategy*
- *Communication Strategy*
- *Marketing Simulation / Game*

Who Should Attend

- *Marketing Manager*
- *Product Manager / Supervisor*
- *Brand Manager / Supervisor*
- *Branch Manager*
- *Business Development Manager*
- *Sales Supervisors*
- *Marketing & Sales Staffs*
- *All Staffs responsible for marketing activities*
- *Managers and staffs with future placement into marketing designations*

IDR 5.300.000