

## « دوره مهندسی فروش و بازاریابی اثر بخش »

مدت آموزش : ۶۰ روز

- |  |                                      |                                |
|--|--------------------------------------|--------------------------------|
| • اندازه گیری عملکرد                                   | • پیش بینی و آینده                   | • مقدمه ۱                      |
| • جایگاه یابی  | • آرمانها و اهداف                    | • تبلیغات                      |
| • قیمت و قیمت گذاری                                    | • راهبردهای رشد                      | • نام تجاری                    |
| • محصول  | • ضمانت ها                           | • تغییر                        |
| • سود  | • بازاریابی تصویر ذهنی و احساسی      | • ارتباطات و فعالیت های تشویقی |
| • روابط عمومی  | • اجرا و کنترل                       | • و ترغیبی                     |
| • بازاریابی دوران رکود                                 | • اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن         | • شرکت ها                      |
| • بازاریابی رابطه مند                                  | • نوع آوری                           | • مزیت رقابتی                  |
| • ” بازاریابی رابطه مند و آمیخته بازاریابی             | • دارایی های ناملموس                 | • رقبا                         |
| • خرده فروشان و فروشندگان                              | • بازاریابی بین الملل                | • مشاورین                      |
| • نیروی فروش   | • اینترنت و کسب و کار الکترونیکی     | • نامگذاری شرکت                |
| • ارتقاء فروش  | • رهبری                              | • خلاقیت                       |
| • تقسیم بازار  | • وفاداری                            | • نیازهای مشتریان              |
| • فروش   | • مدیریت                             | • مشتری گرایی                  |
| • خدمات  | • دارایی ها و منابع بازاریابی        | • مدیریت روابط با مشتریان      |
| • حمایت کنندگی   | • تعامل بخش بازاریابی با سایر بخش ها | • مشتریان                      |
| • راهبرد   | • طرح های بازاریابی                  | • رضایت مشتری                  |
| • موفقیت و شکست  | • تحقیقات بازاریابی                  | • پایگاه داده های بازاریابی    |
| • تامین کنندگان  | • نقش ها و مهارتهای بازاریابی        | • طرح                          |
| • بازارهای هدف   | • بازارها                            | • تمایز                        |
| • بازاریابی از راه دور و مراکز ارتباط تلفنی با مشتریان | • رسانه ها                           | • روش های ایجاد تمایز          |
| • ارزش   | • رسالت و یا مأموریت شرکت            | • کانال های توزیع              |
| • تبلیغات دهان به دهان                                 | • توسعه محصولات جدید                 | • کارکنان شرکت                 |
| • لذت درونی زندگی                                      | • فرصت ها                            | • کارآفرینی                    |
| • ۱۰۱ نکته در مهندسی فروش و بازاریابی اثر بخش          | • منبع یابی فعالیت های غیر کلیدی     | • تمرکز و بازاریابی تخصصی      |

**ابزارهای آموزشی :** یک جلد جزوه آموزشی ، یک عدد فیلم آموزشی ، یک عدد CD آموزشی ، بهره مندی از تیم استادان راهنما به مدت ۲ ماه ، مشاوره رایگان از کلینیک مدیریت عضویت در جامع ترین سایت کتاب مدیریت ایران [www.iranetbook.com](http://www.iranetbook.com)

**نحوه ثبت نام :** کلیه داوطلبان شرکت در دوره مذکور لازم است وجه مربوط به ثبت نام را ( مبلغ ۲/۲۰۰/۰۰۰ با احتساب ۹٪ ارزش افزوده ) به حساب ۰۱۰۱۵۷۰۶۲۲۰۰۴ بانک صادرات بنام موسسه مدیریت و رهبری ایرانیان واریز و اصل یا کپی رسید بانکی را همراه با فرم تکمیل شده ثبت نام به یکی از دفاتر موسسه ارسال نمایند .

تهران : تلفکس : ۰۲ - ۸۸۹۸۳۷۸۱ - ۵۰ - ۸۸۹۷۰۸۴۹ - ۰۲۱  
اصفهان : تلفکس : ۰۲ - ۳۲۲۳۰۷۵۰ - ۳۲۲۰۵۹۳۹ - ۳۲۲۲۸۱۹۴ - ۰۳۱  
www.leadership-2000.com  
E-mail:Info@leadership-2000.com