

SHORT COURSE

Innovative Marketing Strategy

2 hari

Pergerakan pasar dan persaingan yang berubah cepat secara global, perubahan struktur industri, revolusi di bidang informasi dan komputer, serta harapan pelanggan yang selalu meningkat merupakan hal-hal yang sangat penting untuk diperhatikan agar perusahaan dapat mempertahankan kesuksesan dalam pemasaran dan mendominasi pangsa pasar. Di era yang semakin kompetitif tersebut, para marketing professionals dituntut untuk melihat gambaran yang lebih luas mengenai strategi pemasaran. Selain menciptakan customer value, perusahaan perlu menciptakan shareholder value yang erat terkait dengan strategi perusahaan secara keseluruhan.

tujuan

Peserta program pelatihan 'Innovative Marketing Strategy' akan memperoleh pemahaman mengenai jurus-jurus strategi pemasaran terkini dan termutakhir mengenai value creation strategy. Peserta akan mempelajari berbagai pilihan strategi tersebut, dan memahami langkah-langkah untuk mencapai keunggulan bersaing.

metode

Melalui pembahasan tentang beragam karakteristik pasar dan transformasinya dalam mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran, yang dipadukan dengan diskusi/debat beragam kasus dan masalah manajemen terkini serta dengan metode action learning, maka pelatihan dua-hari ini akan menjadi sangat menarik.

cakupan pembelajaran

Mei 17 - 18
Oktober 18 - 19

Biaya:
Rp. 5.500.000

Waktu pelaksanaan:
08.30 - 16.00 WIB

SC

Dalam pelatihan ini, diskusi dalam pergeseran paradigma, akan mencakup:

- The strategy of value economizing
- Rasionalisasi mengapa dan kapan bisnis harus memilih strategi tertentu
- The strategy of value increasing
- Memahami langkah-langkah yang meliputi value improvement, value extension, dan value expansion
- The strategy of value innovation
- Breakthrough strategy yang dibahas dengan strategi kunci, melalui kunci ini, organisasi dalam industri mereka akan dapat menciptakan kurva nilai baru
- The Strategy of correlation value
- Perkembangan teknologi informasi yang eksponensial, misalnya perubahan teknologi web 1.0 ke 2.0 lalu 3.0 akan membawa lanskap baru dalam persaingan. Peran konsumen, yang sebelumnya pasif, dalam strategi ini akan aktif, karena itu, loyalitas pelanggan dapat dicapai.