

Инструменты аналитической функции маркетинга: практика оценки потребителей и конкурентов

Аналитическая функция маркетинга — это ряд инструментов анализа рынка и его составляющих для проведения маркетинговых исследований различных масштабов и целевого направления, результат которых — снижение неопределенности и риска принятия необоснованных маркетинговых решений.

Программа семинара раскрывает действенные инструменты аналитической функции маркетинга, которые призваны найти сильные и слабые стороны в вашей компании и разработать план действий по улучшению позиций компании на рынке.

Внимание! Вы можете посетить полный курс [Практический курс по маркетинговым исследованиям](#)».

Расписание

Город: Москва

Дата:

- 11 ноября `19
- 10 февраля `20
- 18 мая `20
- 17 августа `20

В результате обучения вы:

- узнаете основные составляющие аналитической функции маркетинга в компании
 - рассмотрите виды маркетинговых исследований
 - познакомитесь с основными источниками информации при проведении маркетингового анализа
 - освоите методику оценки конкурентоспособности компании
 - изучите мотивацию потребителей
-

Программа семинара

Инструменты аналитической функции маркетинга: практика оценки потребителей и конкурентов

- Основные составляющие аналитической функции маркетинга в компании
- Структура маркетингового анализа: схема проведения анализа, его последовательность, основные объекты исследования, временной промежуток и оценка финансовых затрат
- Виды маркетинговых исследований. Точность результатов маркетинговых исследований. Выбор адекватного исследовательского инструмента
- Основные источники информации при проведении маркетингового анализа: перечень, анализ преимуществ и недостатков. Методы оптимизации расходов на приобретение информации
- Анализ внешней среды. Как учесть все влияющие факторы и спрогнозировать развитие рыночной ситуации? Методика оценки и разработки плана действий
- Анализ конкурентов. Методика оценки конкурентоспособности компании: выделение стратегических групп конкурентов. Оценка сильных и слабых сторон
- Изучение мотивации потребителей. Выявление разрывов в удовлетворении спроса
- Определение конкурентных преимуществ: Концепция Создания Привлекательного Качества (Attractive Quality Creation) Нориаки Канно

Практикумы:

- Методика оценки влияния внешней среды на деятельность компании
- Методика выделения стратегических групп конкурентов
- Отработка методики Нориаки КАННО по выявлению конкурентных преимуществ продукта (услуги)

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **13900 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
- Кофе-паузы
- [Сертификат Moscow Business School](#)
- [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
- [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)

Преподаватели семинара

- **Стерхова Светлана Александровна**

Кандидат экономических наук, доцент, консультант по маркетингу, бизнес-тренер