



Piano di marketing e vendite

Codice: 0BSO436

Overview/Description

Avrai sentito di grandi idee di prodotto che sono fallite. Talvolta, il fallimento è il risultato di un piano di marketing e vendite sbagliato o forse di un'assenza del piano stesso. Questo corso è progettato per fornirti le competenze di cui avrai bisogno per sviluppare un piano di marketing e vendite, grazie al quale il tuo prodotto avrà successo nell'ambiente di business attuale.

L'addestramento comprende le nozioni di cui avrai bisogno per sapere come i prodotti e i servizi arrivano dal produttore o dal fornitore al consumatore. Imparerai quante volte un potenziale cliente deve essere esposto al tuo prodotto prima di acquistarlo; esaminerai come prevedere le vendite. Infine, capirai l'importanza di un piano di marketing e vendite nella creazione e promozione di un piano di business vincente.

Target Audience

Supervisor, manager e sviluppatori del prodotto.

Expected Duration

3.0

Lesson Objectives:

Il lancio del prodotto sul mercato

- riconoscere l'importanza di selezionare i metodi appropriati per distribuire il prodotto
- riconoscere la definizione di "canale di marketing"
- riconoscere quando usare i canali industriali e quando quelli destinati ai consumatori
- specificare tre tipi di intensità di copertura di mercato
- riconoscere i fattori da considerare in relazione alla distribuzione fisica di un prodotto.

Vendere il prodotto

- riconoscere l'importanza di capire quante volte un cliente ha bisogno di essere esposto a un'idea di prodotto o servizio prima di diventare consapevole e acquistare
- riconoscere la corretta definizione della regola del sei
- riconoscere le attività associate con la promozione delle vendite
- riconoscere i metodi con cui un cliente potrebbe diventare consapevole di un prodotto o servizio.

Gli strumenti di marketing e vendite

- riconoscere l'importanza di conoscere le caratteristiche/benefici del prodotto e decidere come comunicarli al cliente
- riconoscere le cinque componenti del marketing



- riconoscere lo scopo di un piano creativo: sviluppare la linea base di vendita
- riconoscere i problemi da considerare quando si scelgono i metodi pubblicitari
- riconoscere le fasi nel processo di vendita.

Previsioni di vendita: la sfera di cristallo

- riconoscere i benefici derivanti dall'inserimento di una previsione di vendita nel piano di business
- riconoscere la definizione corretta della previsione di vendita
- riconoscere i dati usati nelle tecniche specifiche per prevedere le vendite

- riconoscere due possibili pericoli inerenti la previsione.