

קורס אסטרטגיה מבוססת תובנות מחקר

המחקר השיווקי בכלל והמחקר האיכותני בפרט הם אבני היסוד לבניית אסטרטגיית מותג מנצחת. המחקר מאפשר לנו הבנה מעמיקה של תפיסות ועמדות הצרכן. הוא משרטט לנו מפות של הזדמנויות וסכנות ונותן לנו כלי עבודה מעשיים ליצירת מערכת יחסים משמעותית עם קהל המטרה שלנו. איך בונים אסטרטגיה בסביבה תחרותית? מה הוא ארגז הכלים שיזניק קדימה את המותג שלך? הקורס יקנה כלים ליצירת תובנות מבוססות מחקר בצד מודלים מובילים לחשיבה אסטרטגית.

מנהל מקצועי: גיורא גולן, מנכ"ל תובנות מחקר איכותני

המרצים:

אסף אביב, סמנכ"ל שיווק, בזק בינלאומי,
טלי אוסטרויל, מנהלת אסטרטגיה, קרלסברג,
רינת אפרימה, סמנכ"ל שיווק חטיבת תינוקות וילדים, חוגלה קימברלי,
רונן בר שלום, מנהל שיווק, שופרסל,
ד"ר אירית בוסי-יהושע, מנהלת יחידת מחקר ותובנות צרכניות, תנובה/מרצה במכללה למנהל בראשל"צ
מיכל ברומר, יועצת מחקר עצמאית, לשעבר מנהלת מחקר P&G
איתי גנאור, מנכ"ל The Way, פיתוח עסקי לרשתות קמעונאות ומזון
גיורא גולן, מנכ"ל תובנות מחקר איכותני,
שירי ויזינגר, מנהלת מחלקת מחקר ואסטרטגיה, yes,
שרון ישראלי, סמנכ"ל שיווק, הנקל סוד
גלעד קט, סמנכ"ל תכנון מדיה, מדיהקום

בין הנושאים שיילמדו בקורס:

- שיווק קמעונאי לצרכן החדש ■ מיצוב מחדש מבוסס תובנות צרכן
- איך הופכים הבנות לתובנות? ■ שימוש בחוכמת ההמונים הלכה למעשה
- מודלים וכלים לחשיבה אסטרטגית ■ חשיבות נתונים בתכנון פעילות שיווקית
- אסטרטגיית מדיה בעידן הדיאלוג הדיגיטלי ■ מיתוג בעולם קולנארי
- Mommy knows best ■ קביעת אסטרטגיה תחרותית בשוק עם בידול נמוך

5 מפגשים שבועיים שיתקיימו במכללה לשיווק של איגוד השיווק הישראלי - רח' בית שמאי 10 תל אביב.
בתאריכים 10/2, 17/2, 24/2, 3/3, 10/3. בין השעות 9:00-12:30

מחיר השתתפות: לחברי איגוד השיווק הישראלי - 870 ₪ + מע"מ
לאחרים - 1170 ₪ + מע"מ