

THE BATTLE FOR MARKET POSITION

1-day business simulation based-training program certified by CELEMI - Sweden

Chương trình huấn luyện 1 ngày qua thực nghiệm trên doanh nghiệp mô phỏng



WORKSHOP OVERVIEW

All functions in a company are directly or indirectly contributing to the perception of the company on the market place. It is vital for the strength of the brand that the company's strategy is implemented in a consistent way and that all employees understand how they impact the brand in their touch point. Branding is part of everyone's job!

The program will help to reinforce why alignment around market strategy is essential across all functions in a company in order to secure market leadership through differentiation.

The program is using a board-based business game, where participants run their own model company, in competition with each other.

TỔNG QUAN

Tất cả các bộ phận trong một doanh nghiệp đều trực tiếp hoặc gián tiếp góp phần vào sự nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp đó trên thị trường. Đây là yếu tố sống còn đối với sức mạnh của một thương hiệu. Do vậy chiến lược của doanh nghiệp cần được thực hiện một cách nhất quán và tất cả các thành viên của doanh nghiệp đều cần hiểu họ tác động ra sao đến thương hiệu tại các điểm chạm khách hàng và xây dựng thương hiệu là việc của tất cả thành viên!

Chương trình này giúp củng cố căn nguyên tại sao việc thiết lập và thực thi chiến lược thị trường nhất thiết cần các bộ phận tham gia nhằm đảm bảo dẫn đầu thị trường qua sự khác biệt.

Người tham dự sẽ tự ra các quyết định kinh doanh và điều hành doanh nghiệp mô phỏng của riêng mình để cạnh tranh với các đối thủ còn lại.

WORKSHOP OBJECTIVES

Branding from the inside out, we help managers and employees understand how they contribute to build a stronger brand and growth on the market.

Inspire your people and help them realize your company's marketing strategy.

Participants gain insights in:

- Aligning strategy of all touch points (range, price, facilities, service, people and market communication)
- Importance of market strategy and clear differentiation.
- Managing business growth & profitability, setting strategy and improving results
- Better decisions for optimal allocation of limited marketing resources.
- Increased responsiveness to customer needs and preferences.
- Deep understanding of the overall business impact of their decisions.

MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

Chúng tôi giúp các nhà quản lý và đội ngũ hiểu cách thức xây dựng một thương hiệu mạnh và phát triển trên thị trường qua việc xây dựng thương hiệu từ bên trong doanh nghiệp.

Truyền cảm hứng cho đội ngũ và giúp họ nhận biết chiến lược tiếp cận thị trường của doanh nghiệp.

Những hiểu biết có được qua chương trình:

- Liên kết chiến lược đối với tất cả các điểm chạm khách hàng (sắp xếp hàng hóa, giá bán, tiện ích, dịch vụ, con người và truyền thông thị trường)
- Tầm quan trọng của chiến lược thị trường và sự khác biệt rõ nét
- Quản lý sự phát triển & lợi nhuận, thiết lập chiến lược và cải thiện kết quả
- Ra các quyết định "chất lượng" hơn nhằm phân bổ tối ưu nguồn lực marketing giới hạn
- Hiểu biết sâu sắc về những tác động của các quyết định đến hoạt động kinh doanh chung.

WORKSHOP CONTENT

The workshop will be discussion around the following questions:

- How will you attract and retain a steady customer base?
- What are your strengths and how can you leverage them?
- What type of market profile do you want and how will you communicate it?
- Was your company able to select a position in the market place and hold on to it?
- Was your company able to attract their customer of choice?
- Was your company able to maintain the profits level you wanted?
- Did you spend more money than necessary to maintain the operation?

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

Nội dung chính xoay quanh giải đáp các câu hỏi sau:

- Cách thức thu hút và duy trì một lượng khách hàng ổn định?
- Xác định lợi thế và cách thức vận dụng?
- Xác định phân khúc thị trường mục tiêu và cách thức truyền thông?
- Doanh nghiệp của bạn có khả năng định vị thị trường và nắm giữ vị thế đó?
- Doanh nghiệp bạn có thể thu hút khách hàng?
- Doanh nghiệp bạn có thể duy trì lợi nhuận mong muốn?
- Doanh nghiệp bạn có chi tiêu nhiều hơn mức cần thiết để duy trì hoạt động?

Topic covered:

Customer acquisition - Customer Experience - Customer Retention.

Market communication is normally used for driving customer acquisition and is creating expectations...which should be matched by the actual experience in each touch point (living the brand) for improved customer retention and brand strength!

Key concept:

- Customer purchasing behavior
- Market positioning
- Customer segmentation
- Brand mapping
- Pricing strategy
- Image tracking
- Budgeting

Chủ đề đề cập:

Thu hút khách hàng – Trải nghiệm của khách hàng – Giữ chân khách hàng

Truyền thông thị trường thường dùng để thu hút khách hàng và tạo ra những mong đợi... mà điều này phải được kết hợp với những trải nghiệm thực tế tại từng điểm chạm (trực tiếp đến thương hiệu) nhằm nâng cao khả năng giữ chân khách hàng và sức mạnh thương hiệu!

Khái niệm quan trọng:

- Hành vi mua hàng của khách hàng
- Định vị thị trường
- Phân khúc khách hàng
- Bản đồ thương hiệu
- Chiến lược giá
- Theo dõi hình ảnh
- Lập ngân sách



**Eastin Grand Hotel
253 Nguyen Van Troi, PN**

CONTACT US

Beautiful Mind Consulting Co., Ltd. - VIETNAM CELEMI SOLUTION PROVIDER

Floor 5th, Unit 5.2, 39 Nguyen Thi Dieu, Dist. 3, HCMC - (08) 3930 2242 – 3930 2243

Website: www.bemind.vn - Email: info@bemind.vn - Hotline: 0903 70 80 84