



Strategie odlišnosti

Firemní školení Aktivního marketingu
Od Miloše Tomana

Proč strategie odlišnosti

Podíváme-li se na současné trhy, vidíme pokračující komodizaci. Řada značek není schopná udržet dostatečný odstup od konkurence, takže se dostává do ekonomického tlaku. Na jedné straně musí snižovat ceny, na druhé vynakládat více prostředků na marketing. Je-li pak tento marketing málo účinný (a to většinou je), není divu, že dosahují - v lepším případě - jen průměrných výsledků.

Toto školení, určené managementu a pracovníkům marketingu, vám ukáže jinou cestu. Na jejím konci je jedinečnost značky, jak ji vnímají zákazníci. A výsledkem pak vyšší ekonomické přínosy.

Školení je postavené na zásadách Aktivního marketingu a prodeje, tedy na znalosti toho, jak zákazníci myslí, na co a jak reagují a jak se rozhodují.

K tomu používám jednak nejnovější poznatky behaviorálních věd, jednak své více jak 30leté zkušenosti.

Osnova školení

Úvod

- proč se zabývat odlišností
- značky a komodity
- ekonomický rozměr odlišnosti

Značka

- strategický význam značky
- funkce a obsah značky
- odlišení značky a prémiové značky

Odlišení produktem

- jak se dostat na přeplněný trh (případ Casella Family Brands)
- 3 pohledy na produkt
- redefinice produktu

Odlišení marketingem

- rozpočtový kontra výkonový marketing
- odlišné marketingové cíle
- odlišné marketingové strategie

Aktivní marketing

- marketing z pohledu behaviorálních věd
- role instinktů, emocí
- smyslový marketing

Oslovení zákazníků

- 5 zásad pro získání pozornosti
- sdělení, které zaujme (případ, kdy jsem získal 100% odezvu)
- příklady chybných řešení (Vitana, BMW)

Udržitelný marketing

- hledání podstaty
- dlouhodobé strategie a cíle
- autentičnost a konzistence

Role marketingu ve firmě

- kultura odlišnosti
- na marketingu se podílejí všichni
- jednotný komunikační obraz

Jak ve firmě zavést odlišnost

- posloupnost Proč, Jak a Co
- zásady řízení změn
- proměna kultury firmy

Školení podle vašich potřeb

Školení může být přizpůsobeno vašim potřebám, konkrétním produktům a situacím.

Základní školení je jednodenní, ale v případě potřeby rozvinutí některých témat a intenzivního tréninku je možné rozložit ho na dva dny.

O autorovi a lektorovi



Jmenuji se Miloš Toman a už více jak 25 let se věnuji podpoře podnikání a hledání cest ke zvýšení prosperity podnikatelů. Mám víc jak 30 let praxe v prodeji a marketingu.

V roce 2003 jsem vytvořil koncepci *intuitivního marketingu*, založenou především na vztazích se zákazníky, loajalitě a způsobu, jak se odlišit od konkurence.

Nástroje, které jsem objevil a vyzkoušel, jsem nejdříve popsal ve dvou knihách: *Intuitivní marketing* (v roce 2016 vyšlo třetí aktualizované vydání) a *Intuitivní reklama*, vydaných nakladatelstvím Management Press. Pak také [v dalších knihách](#).

Intuitivní marketing je jedinou českou koncepcí, o níž se učí na vysokých školách a je uváděna v odborných publikacích jako jeden z marketingových směrů. Především však slouží veřejnosti, podnikání.

Přednáším jako lektor v kurzech marketingu, obchodních dovedností, reklamy a managementu, a to jak v České republice, tak ve Slovenské republice. Poskytuji poradenství a školení zejména na téma aktivního prodeje. Moje biografie je zařazena v prestižní encyklopedii Who is...(v České republice).

Cena

Máte na výběr ze dvou možností:

Professional

Dvoudenní intenzivní školení Aktivního prodeje spojené s tréninkem (cca 2 x 6 hodin).

Cena: 80.000 Kč + DPH (3.200 €) **Akční cena do 31. 8. 2023: 60.000 Kč + DPH (2.400 €)**

Basic

Jednodenní školení Aktivního prodeje (cca 6 hodin)

Cena: 40.000 Kč + DPH (1.600 €) **Akční cena do 31. 8. 2023: 30.000 Kč + DPH (1.200 €)**

Kontaktujte mě

Miloš Toman

toman@intuitivnimarketing.cz

tel.: +420 604 157 752

www.intuitivnimarketing.cz