



ETKİLİ HİZMET PAZARLAMASI STRATEJİLERİ

Hizmet ile mal arasındaki farkları pazarlama karması ve stratejileri üzerinde yaratacağı değişimler bakımından ele alan bu eğitim programında, hizmet pazarlamasının kavram ve uygulamaları, hizmet alanında tüketici davranışları, hizmet sürecinde katılımcı faktörü, talep-kapasite yönetimi, fiziksel kanıtların kullanımı, fiyatlandırma politikaları, hizmet kalitesi modelleri gibi hizmet sektörünün yoğun rekabet ortamında öne çıkmak için hizmet firmaları açısından kritik önem taşıyan strateji ve teknikler ele alınmaktadır.

Eğitim Programı sonucunda katılımcılar:

- Pazarlamada Mal ve Hizmet Ayrımı
- Hizmet Sektörüne Özgü Tüketici Davranış ve Tutumları
- Hizmet Hataları ve Telafi Metotları
- Hizmette Fiziksel Kanıt ve Servicescape Stratejileri
- Hizmet Sektöründe Verimli Talep-Kapasite & Fiyatlandırma Politikaları

Konularında bilgi sahibi olacaklardır.

Eğitim Koordinatörleri:

Leyla Dikici

Eğitimci:

Ayhan ECE

Ajanda

1.Gün

- HİZMET VERSUS MAL
Niçin Hizmet Pazarlaması?
Mal ile hizmetin pazarlanma süreçleri arasındaki farklar? Hizmeti maldan farklı kılan özellikler?
Hizmetler için genişletilmiş pazarlama karması (8P & 11P modelleri)
- HİZMETLERDE MÜŞTERİ
Hizmet sektöründe tüketici “davranışı”
Hizmet sektöründe tüketicinin “beklentisi”
Hizmet sektöründe tüketicinin “algısı”

2.Gün

- MÜŞTERİYE KULAK VERİN
Hizmet hatalarına müşteriler nasıl tepki veriyor? Müşteri hareket ve şikayet tipleri
Müşteriler niçin şikayet eder ya da etmez? Şikayet davranışları nasıl yorumlanmalı?
Hizmetlerde hatayı düzeltme/telafi etme stratejileri
Hizmet pazarlamasında katılımcı faktörü
- HİZMETİN DİZAYNI VE İCRASI
Hizmetin pazarlanmasında hayati 2 kavram: “fiziksel kanıtlar” & “servicescape”
“Fiziksel kanıtlar” ve “servicescape”in pazarlama sürecindeki rolleri; Hizmet verilen yerin ve hizmetin dizaynı
Servicescape’in tüketici davranışı üzerindeki etkileri
Hizmetlere özgü talep ve kapasite yönetimi stratejileri
Hizmetlere özgü fiyatlandırma stratejileri
Hizmet kalitesine ilişkin Bütünleşik Açıklık Modeli (Integrated Gaps Model of Service Quality)

EĞİTMEN

Ayhan ECE, Psikoloji ve Felsefe alanında Lisans ve Lisansüstü eğitimini İstanbul Üniversitesinde tamamladıktan sonra Turizm sektöründe önemli Satış ve Pazarlama görevlerinde bulunmuştur. Cari konum itibarıyla, Viral Pazarlama, Gerilla Pazarlama, gibi trendleri yakından izleyen ve Beykent Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalışmakta olan **Ayhan ECE**, ulusal ve bireysel birçok toplantılarda sunulan bildirileri ve makaleleri bulunmaktadır.

Eğitim Metodolojisi

Eğitimlerimiz sunumlar eşliğinde teorik anlatımın yanında bireysel katılımı sağlamaya yönelik atölye çalışmalarını ve vaka analizlerini içermektedir.

Kimler Katılmalı?

Finans, Hizmet ve Perakende sektöründe çalışanlar ile konuya ilgi duyan herkes katılabilir.

Eğitim Süresi

Etkili Hizmet Pazarlaması Stratejileri, eğitimi toplam 12 saatten oluşmakta ve 2 günde gerçekleştirilmektedir.

Eğitim Zamanı

Bu eğitim kurumlara özgü olarak verilmektedir. Eğitim zamanı Kurum ile birlikte kararlaştırılmaktadır. Bireysel katılım için lütfen bizimle irtibata geçiniz .

Eğitim Dokümanları

Tüm katılımcılara eğitim süre since yapılan sunumları ve bilgi kitapçıklarını içeren eğitim dosyaları verilmektedir.

Katılım Belgesi

Katılımcılara eğitim programı sonunda TURKKARİYER onaylı Katılım Belgesi verilmektedir

Eğitim Ücreti

Eğitim ücreti katılacak çalışan sayısına göre değişmektedir. Daha fazla bilgi için lütfen bizimle irtibata geçiniz.

Daha Fazla Bilgi için

TEL: 212 263 02 01

FAX: 212 263 71 00

W: www.turkkariyer.com

E: egitim@turkkariyer.com