

# Market Management in Recession

## سمیتئاتر مدیریت بازار در شرایط رکود



در شرایط پیش رو به طور خاص سازمان ها باید تمامی احتمالات را به طور جامع مورد بررسی قرار دهند. از آنجا که شرایط فعلی شرایط طبیعی نیست طیف پیامدهای بالقوه - تردیدها و ابهامات موجود در مورد اعتبار و رکود جهانی - به قدری زیاد است که بسیاری از شرکت ها ممکن است از این مهلکه جان سالم به در نبرند.

### محورهای سمیتئاتر

#### تهیدها در شرایط رکود

دسترسى دشوارتر به سرمایه  
بازارهای بورس ضعیف تر  
کاهش جریان نقدینگی  
از دست رفتن اعتبارات  
تغییرات مکرر قیمت مواد اولیه  
محافظه کاری مشتریان در بخش های زنجیره تامین  
تغییر در رفتار مصرف کننده

#### راه کارهای عبور از شرایط بحرانی

تشکیل تیم پایش بحران (آگاهی بیشتر و دقیق تر از موقعیت و جایگاه)  
مدیریت تقاضای تنزلی  
(کاهش تقاضا ، اقدام به آسیب شناسی سیستم فروش و بازاریابی)  
کاهش ریسک اعتباری (پایه سازی مدیریت نقدینگی)  
محاسبه کارایی هزینه ها و فعالیت های سازمان و بررسی برنامه توسعه ای  
(رویکرد انعطاف پذیری در برنامه ریزی) و ادغام شرکت ها با یکدیگر  
اهمیت به رفتارهای مشتری (بهره گیری از تیم مشتری نواز با روابط عمومی بالا)  
ارزیابی سناریوهای جایگزین و بررسی الزامات آنها (تغییر و تحولات عملیاتی)

### سخنرانان : استاد غفاری (تحلیلگر کسب و کار) و استاد بهبودی (نایب رییس متخصصین بازاریابی در خاورمیانه)

تاریخ برگزاری : ۱۳۹۴۵۱۵

➤ اجرای زنده تئاتر توسط گروه هنری آرتا

ساعت برگزاری : ۹ الی ۱۳

- **ارایه گواهی نامه معتبر بین المللی**
- **جداییت های دیداری در شنوندگان و عضویت در گروه های مختلف فروش و بازاریابی**
- **اثر بخشی در معرفی مطالب آموزشی / عضویت در برنامه های رادیو زوم**
- **درک بیشتر در مخاطب / ارایه پک آموزشی و پذیرایی از مخاطب**

