

## فروش در شرایط بحرانی



### • محتوا

- اشاره ای به مفاهیم رکود، بحران، رونق، رفتار مصرف کننده و...
- مطالعه رفتار مصرف کننده بعنوان پایه اقدامات واکنشی عرضه کننده
- مدل جعبه سیاه کانلر/بررسی رفتار مصرف کننده در دوران رکورد و بحران
- تجدید نظر در بخش بندی بازار/توصیه های بازار یابی در شرایط بحران
- گروه بندی مشتریان در شرایط رکورد و بحران
- ماتریس تغییرات رفتار مصرف کننده/ماتریس رفتار واکنشی عرضه کنندگان
- استراتژی های مناسب بازاریابی و فروش
- تاکتیک های آمیخته بازار یابی (کالا- قیمت - توزیع و تبلیغ)
- راه کارهای بقاء شرکت ها در شرایط بحران

### • مقدمه

دوره بحران سخت ترین دوره اقتصادی است. در این دوره تقاضا برای کالاهای عادی و کالاهای لوکس به شدت کاهش می یابد. چراکه توان خرید مردم به شدت کاسته شده است و بیکاری به حداکثر خود رسیده است. فعالیتهای توسعه ای شرکتها متوقف شده و تقاضا برای کالاهای زیرساختی نیز با کاهشی شدید همراه می شود. به دلیل عرضه بیش از تقاضای کالاها بسیاری از شرکتها با مشکلات جدی مواجه می شوند و رد این دوره است که برخی از شرکتها محکوم به فنا هستند.

### شرایط شرکت کنندگان: مدیران فروش / کارشناسان فروش / سرپرستان فروش / کارمندان فروش

- ارایه پک آموزشی
- ارایه گواهی نامه آموزشی داخلی (در صورت درخواست جهت گواهی نامه بین المللی معتبر هزینه جداگانه محاسبه می گردد)
- پذیرایی از شرکت کنندگان (میان وعده) / ارزشیابی از فراگیران استادان
- ارایه مشاوره به شرکتها در حوزه های مختلف با شرایط ویژه توسط استادان
- استفاده فراگیران از سمینارهای شرکت با شرایط ویژه
- عضویت در باشگاه مشتریان و ارایه خدمات ویژه
- در صورت معرفی بیش از ۳ نفر در هر سمینار ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت ثبت نام هر فرد جهت حضور در سه سمینار آموزشی ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.

جهت دریافت اطلاعات کامل با واحد آموزش، سرکار خانم مرجانی ۲۲۳۸۲۳۳۷ و ۲۲۳۷۷۵۷۳ تماس حاصل فرمایید.