کارگاه آموزشی: **(بازار هدف و تقسیم بازار)** **کد کارگاه: MKT_۱۱_۰۰۱**

- **محتوای کارگاه**
  - **اهمیت بخش‌بندی بازار**
  - **بخش‌های بازار چگونه تعریف می‌شوند ؟**
  - **مبنای بخش بندی بازارهای مصرف**
  - **مبنای بخش بندی بازارهای تجاری**
  - **متغیرهای عملیاتی/ شیوه خرید**
  - **عوامل موقعیتی/ فرایند بخش بندی بازار**
- **مقدمه**

تقسیم بازار فرآیندی است که از طریق آن کل بازار بالقوه برای یک محصول به بخش‌ها یا اجزاء کوچکتری تقسیم می‌گردد. بخشها بر طبق گروه‌بندی مشتریان به لحاظ ویژگیها یا نیازهای یکسان ایجاد می‌شوند. توسعه آمیخته بازاریابی مناسب برای بازار هدف، منجر به کسب مزیت رقابتی برای شرکت می‌گردد. این مزیت ماحصل متناسب سازی طراحی محصول، تلاشهای تبلیغاتی، قیمت‌گذاری و توزیع با ارجحیت‌های مشتریان می‌باشد.

شرایط شرکت کنندگان: مدیران بازاریابی /کارشناسان / مدیران اجرایی/ سرپرستان

- **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 سمیناترهای شرکت با شرایط ویژه**
- **عضویت در باشگاه مشتریان و ارایه خدمات ویژه**
- در صورت معرفی بیش از ۳ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت ثبت نام هر فرد جهت حضور در سه کارگاه آموزشی ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.

برای هماهنگی ثبت نام با واحد آموزش خانم مرجانی ۸۸۸۸۸۴۳۱ و ۸۶۰۸۴۲۱۱ تماس حاصل فرمایید.