

modul: Razvoj in trženje izdelkov

usposabljanje: »Sejmi niso nikoli zaman« - marketing sejmskih nastopov

Izvajalec: Aljaž Seliškar, Directa d.o.o.



Izobraževalni cilji

- Podati znanja na področju sejmskega nastopanja in promocije
- Pridobiti znanje iz konkretnih primerov dobrih praks
- Dvigniti nivo sejmskega nastopanja za doseganje poslovnih ciljev

Opredelitev znanj in kompetenc, ki jih bodo slušatelji pridobili

Splošna znanja in kompetence

- Zakonitosti sejmskega nastopanja
- Konceptualizacija sejmskega nastopa in promocije
- Pozitivni in negativni primeri sejmskih praks

Modulsko specifične znanja in kompetence

- Logika izbora sejmskih nastopov
- Načrtovanje sejmskega nastopa in merjenje učinkov
- Umestitev v celovit marketinški mix

Vsebina modula in rezultati

Vsebina modula (po tematskih sklopih)	Predvidene vsebine
Uvod	– Trendi na področju sejmskega nastopanja – Problematika v podjetjih
Integrirana sejmska komunikacija	– Načela nastopanja – Komunikacija in promocijski modeli nastopanja na sejmih – Umeščenost v sistem in posejmske aktivnosti
Praktični del	– Primeri dobrih praks

Izobraževanje bo potekalo v enem sklopu 4 učnih ur.

Reference

Aljaž Seliškar, soustanovitelj in direktor projektov na agenciji Directa, je na področju tržnih komunikacij in podpore prodaji aktiven zadnjih 12 let. Njegova poslovna pot se je začela v GV Skupini in nadaljevala skupaj z rastjo časnika Finance. Principe vodenja odnosov s strankami, prodajne tehnike in uporaba direktno marketinških prijemov za doseganje prodajnih rezultatov je nadaljnje razvijal v revijalnem poslovnem tisk. Z ustanovitvijo Agencije Directa, pa je kompetence prenesel na širši okvir strank in poslovnih partnerjev, tako sedaj po 7 letih samostojnega poslovanja v rešitvah združuje znanja s področja direktnega marketinga, podatkovnih platform, skrbništva nad kupci, za kliente iz različnih poslovnih področij.

• izvedena sledeča izobraževanja (časovni obseg, št. udeležencev, ciljna skupina ipd.)
Naš rezime izobraževalnih aktivnosti sestoji predvsem iz posredovanja specializiranih znanj v internih publikah ter posameznih enotah podjetij, izvajamo pa tudi širše teme odprtega tipa, tako je nekaj projektov s tega področja naslednjih:

- OMV Slovenija – tržna komunikacija – distributerska mreža
- Urad Vlade RS za komuniciranje – osebje kontaktnega centra – telefonsko komuniciranje

- *Peugeot – prodajna ekipa – field support izobraževanje*
- *Avtotehna VIS – GM _ OPEL – prodajna ekipa – field support*
- *SAVA TMC – CRM in integrirano komuniciranje, upravljanje s kupci*
- *MIDES – cgp in integrirano komuniciranje*

- *projekti sodelovanje/vodenje (ime proj., naročnik, čas trajanja, ipd)*
 - *OMV Slovenija – customer in sales support – kontaktni center*
 - *Unicef Slovenija – podpora akcijam razvoja donatorske baze, podatkovna platforma, podpora komunikaciji s trgom...*
 - *MIDES – prenova CGP, izvedba interne komunikacijske infrastrukture, predstavitveni dogodki koncept*
 - *HYB – prenova CGP, spletna komunikacija, sejmsko nastopanje,...*
 - *Beiersdorf – BTL Komunikacija, upravljanje s trženjskimi podatkovnimi platformami in fulfillment;*
 - *Peugeot Slovenija – BTL komunikacija, podpora prodaji, profiliranje trga in business intelligence storitve*
 - *GZS – Kupujem slovensko – kampanja slovenske živilske industrije – vodenje in izvedba celotne kampanje, medijsko načrtovanje in planiranje aktivnosti, promocijske aktivnosti, PR podpora, terenska podpora, market tracking, follow-up aktivnosti, spletna komunikacija,...*

- *prispevki na strokovnih konferencah (ime avtorja-ev, ime prispevka, konference, datum, ipd.)*
 - *Promarket 2010*
 - *problematika sejmskega nastopanja*
 - *Field support za avtomobilsko industrijo – Peugeot case study*
 - *Principi vrednotenja investicije pri uvajanju kontaktnega centra v podjetje*
 - *Marketinška konferenca – SMK – Finance2008*
 - *Principi podpore prodajnim aktivnostim – profiliranje in field support*