

# Ietekmējošu mārketinga materiālu veidošana

## Dalībnieki:

Vadītāji un mārketinga darbinieki, kuri ikdienā ir iesaistīti mārketinga materiālu veidošanā un pasūtīšanā

## Mērķis:

Dot dalībniekiem metodes ietekmējošāku mārketinga materiālu veidošanai, lai panāktu augstāku atdevi no mārketinga materiālu izmantošanas

## Metodika:

Diskusijas, individuāli uzdevumi un komandas darbs ar mārketinga materiāliem mijas ar īsām lekcijām un mārketinga materiālu analīzi

## Sagatavošanās:

Uz semināru paņemt līdzīgu sava uzņēmuma mārketinga materiālu paraugus

“

**Efektīvi paveiktai mārketinga kampaņai ir lieliska atdeve!**

”



## Nozīmīgākās tēmas:

### Tipiskās vāju mārketinga materiālu pazīmes

- produkta nepiemērotība
- neveiksmīga kanāla izvēle
- kļūdas materiāla izskatā un saturā

### MI-COM™ modelis jaudīgas mārketinga kampaņas veikšanai

- piemērota piedāvājuma izvēle
- mērķa klientu grupas portretēšana
- kampaņas finansiālo mērķu noteikšana
- kampaņas komunikāciju mērķu precizēšana

### Mārketinga vēstījuma izstrāde

- saukļa nozīme kampaņas rezultativitātē
- argumentu izvēle vēstījuma saturam
- vizuālā tēla veidošanas pamatprincipi

### Mārketinga kampaņas pastiprināšana ar tiešo pārdošanu

- tiešās pārdošanas palīginstrumenti
- idejas pārdošanas atbalsta organizēšanai

### Sava uzņēmuma mārketinga materiālu efektivitātes novērtēšana

- atbilstība mērķa klientu domāšanai
- ziņas satura un formas uztveramība
- uzņēmuma tēla un ziņas atbilstība

### Mārketinga materiālu izstrāde kampaņai