

**Badania marketingowe i systemy informacyjne
w służbie Działów Sprzedaży i Trade Marketingu**
termin szkolenia: **10 – 11 kwietnia 2008 r.**
osoba prowadząca: **Sebastian Starzyński (ABR SESTA)**

Celem szkolenia jest przekazanie uczestnikom kompleksowej wiedzy na temat wszelkiego rodzaju źródeł danych, analiz, badań i narzędzi pomocniczych wykorzystywanych w różnych obszarach Trade Marketingu i Sprzedaży.

Szkolenie będzie obejmować następujące zagadnienia:

1. Trade Marketing i Sprzedaż – wspólne obszary
 - Polityka cenowa
 - Promocje sprzedaży
 - Asortyment, dystrybucja, OOS
 - Merchandising
 - CatMan
2. Usystematyzowanie wiedzy na temat potrzeb informacyjnych Trade Marketingu i Sprzedaży
3. Przegląd badań typu Retail Audit wspierających dział Trade Marketingu i Sprzedaży
 - Panele sprzedażowe
 - Dane skaningowe
 - Monitoringi cen, promocji i merchandisingu
 - Efektywność promocji sprzedaży
 - Spis asortymentu i bazy zdjęć produktów
 - Eksperymenty rynkowe
4. Ćwiczenia w terenie
5. Przegląd badań konsumenckich wspierających dział Trade Marketing i Sprzedaży
 - Obszary badawcze
 - Konsument
 - Produkt / kategoria
 - Marka
 - Detalista
 - Typy badań
 - Badania jakościowe (FGI, IDI, zakupy asystowane)
 - Badanie ilościowe (wywiady w domach, przy półce, obserwacja nieuczestnicząca wideo, panel gospodarstw domowych, tajemniczy klient)
6. Przegląd pozostałych narzędzi wspierających dział Marketing i Sprzedaży
 - Oprogramowanie do planowania półki, optymalizacji asortymentu
 - Oprogramowanie do analizy danych
 - Technologie mobilne
7. Porównanie ofert rynkowych
 - Jakie są różnice w ofertach agencji badawczych
 - Jak briefować agencje badawcze
 - Co ma wpływ na cenę – jak optymalizować zakres badań i koszty
8. Ćwiczenia w grupach

Forma szkolenia

Szkolenie jest połączeniem wykładu opartego o liczne Case Study. Dodatkowo przewidziane są liczne elementy aktywizujące uczestników jak burze mózgow, ćwiczenia i gry utrwalające zdobytą wiedzę.

Koszt szkolenia: 1700 zł

Miejsce szkolenia: Warszawa

Sebastian Starzyński - absolwent zarządzania i marketingu w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. W 1996 r. założył firmę badawczą ABR SESTA, specjalizującą się z badaniach środowiska zakupowego w sieciach handlowych. Członek PTBRiO i ESOMAR, komisji rewizyjnej OFBOR. Rocznik 1975. Żonaty, dwóch synów. Hobby: paintball, nurkowanie wrakowe, narty, windsurfing, tenis, podróże i brydż