

دراسة السوق

الفئة المستهدفة

مديري التسويق ،مديري المنتجات والعلامة التجارية وغيرهم من المشاركين في أبحاث السوق.

أهداف البرنامج

بحلول نهاية هذا البرنامج ، سيتمكن المشاركون من:

- اكتساب تقنيات البحث الفعاله (الناجحة) ومعرفة متى يتم استخدامها.
- التركيز على المنتجات والخدمات التي يطلبها عملائك حقا (بشده).
- تحديد السلوك الحالي للعميل وتوقع الاتجاهات المستقبلية.
- تحديد أي من أنشطة البحوث التسويقية هي الأفضل من أجل تحقيق الاهداف الخاصة بك.
- إنشاء برنامج مخصص لبحوث السوق لشركتك.
- تجنب الأخطاء الشائعة.
- إجراء أبحاث سوق تنافسيه ومراقبة الأداء.

محتويات البرنامج

- بحوث السوق في ظل البيئة التنافسية الحالية.
- إجراء بحوث داخليه في مقابل الاستعانه بمصادر خارجيه لوظائف بحوث السوق.
- معرفه (تشخيص) احتياجات معلوماتك.
- مصادر البيانات الأولية : الاستقصاءات ، مجموعات التركيز و البحوث الرقابيه.
- العناصر الأساسية لتطوير نظام استقصاء فعال.
- تحليل بيانات بحوث السوق.
- ربط النتائج باستراتيجيات المنتج و خدمه.

هذه الشهادة تتطلب حضور لا يقل عن 90 ٪ من مجموع المحاضرات.

المواد : باللغة الانجليزية

المدة : 24 ساعة