
MARKETINŠKA AKADEMIJA ROBERTA ROLIHA

Intenzivni petmesečni coaching program

**»MBA marketinga« z dodatkom praktičnosti, ki vam
jo lahko zagotovi le mag. Robert Rolih.**

- Izpilite marketinško strategijo, utrdite svojo blagovno znamko ter izvajajte svoj marketing na najvišjem nivoju učinkovitosti.
- Coaching pristop pri delu v programu, ki vzpodbuja k razmišljanju in dejanjem.
- Najnovejša znanja svetovnih marketinških strokovnjakov, preizkušena v praksi in podana na takšen način, da jih boste razumeli in aplicirali.

**Vključuje: 5 srečanj, pripravljalna gradiva na srečanja, 5 tematskih
telekonferenc in telefonsko podporo.**

**PLUS posebni dodatek v sodelovanju z enim od največjih svetovnih
marketinških svetovalcev, Chetom Holmesom (glej stran 5).**

Berite dalje >>



»Ta program gre velik korak dlje od vsega, kar smo doslej poznali pri nas na področju marketinga. Je sad dolgoletnega preučevanja najboljših knjig (preberem jih cca. 50 letno), obiskovanja seminarjev v tujini, osebnega dela z nekaterimi od najboljših svetovnih marketinških strokovnjakov in vsakodnevne prakse.

Ustvaril sem ga za vse, ki se ne zadovoljite z dobrim in želite nekaj resnično posebnega. Program se dotika širših, bolj strateških tem, kot ste jih običajno vajeni pri meni. Predstavljam pa jih na moj način – praktično, jedrnato, razumljivo, zanimivo in usmerjeno v implementacijo.

V program sem vključil tudi pionirsko temo na svetovnem nivoju – zviševanje zaznane vrednosti izdelkov in storitev. Na tem področju ni v svetu narejenega še praktično nič, tako da bo ta tematika za vas pomenila veliko konkurenčno prednost. Pridružite se torej 20 udeležencem, ne bo vam žal!«

Mag. Robert Rolih, avtor in vodja programa

Hitrost vašega učenja pomeni danes vse!

Vaš uspeh je danes odvisen le od ene stvari – hitrosti vašega učenja. Ljudje, ki se najhitreje učijo in naučeno najhitreje spravijo v prakso, so danes najbolj uspešni.

Pri marketingu je to še toliko bolj opazno, saj se pristopi, strategije in tehnologije spreminjajo s svetlobno hitrostjo.

V ta namen sem tudi pripravil ta program. Ponuditi vam želim najnovejša znanja s področja marketinga in to v obliki programa, ki zajema tako strateške kot taktične dele marketinga. Program je zasnovan kot coaching program, kar pomeni, da vas bo silil v razmišljanje in implementacijo v prakso. Verjamem, da vam ta program lahko ponudi najboljša marketinška znanja pri nas.

Danes je potrebno z nižjimi marketinškimi proračuni dosežati odlične rezultate – in tega ni mogoče doseči z metodami, ki so delovale včeraj!

Potek programa

Petmesečni program Marketinške Akademije je sestavljen iz 5 srečanj v Ljubljani, pripravljalnih gradiv na srečanja, 5 tematskih telekonferenc med srečanji, on-line in telefonske podpore ter posebnega dodatka v sodelovanju s Chetom Holmesom (stran 5).

Vsako srečanje traja od 11:00 do 16:30. Med posameznimi srečanji je mesec dni razmika, kar omogoča sprotno uporabo v praksi ter delo na študijah primerov, ki jih obravnavamo.

Teme programa po mesecih:

1. Pozicioniranje in kovanje odlične marketinške strategije

Strateško razmišljanje je pri marketingu ena od najtežjih stvari. Zato tako razmišlja le malo podjetij, ki so zato najbolj uspešna. Dan, ki ga boste posvetili čisti strategiji, se vam bo obrestoval še leta in leta.

- ✓ Znanost in umetnost pozicioniranja vašega podjetja ter pozicioniranja posameznih produktov.
- ✓ Razlika med strateškim in taktičnim pristopom pri marketingu.
- ✓ Moč besede NE pri marketingu.
- ✓ Strategija modrega oceana – spoznajte verjetno najbolj pomemben marketinški koncept zadnjih 10 let, ki so ga razvili na Harvardu in ga aplicirajte v svoje podjetje.
- ✓ Če vas nihče na trgu ne sovraži, potem vas tudi nihče ne ljubi.
- ✓ Koncept *Nagovor na stadionu* – kako predstaviti posebnost vašega produkta v pol minute, pred stadionom polnim potencialnih kupcev?

2. Zviševanje zaznane vrednosti vaših izdelkov/storitev v očeh kupca

To je pionirska tema na svetovnem nivoju, saj na tem področju ni napisanega praktično ničesar. Zato bodo znanja, ki jih boste dobili v tem delu programa, vaša velika konkurenčna prednost.

- ✓ Zviševanje zaznane vrednosti izdelkov in storitev podjetja kot ena od ključnih nalog marketinga.
- ✓ Postavitev cen ni toliko odvisna od tega, KAJ ponujate na trgu, temveč od tega, KAKO to predstavite.
- ✓ Kako uspejo nekatera podjetja pri podobni ponudbi, kot jo ima konkurenca, doseči na trgu za 20, 30 ali 50 % višje cene?
- ✓ 5 strategij za zviševanje zaznane vrednosti in postopki, kako jih uporabiti.

3. Pridobivanje kupcev z direktnim marketingom in oglaševanjem

Na globalnem nivoju je opazen velik premik pri namembnosti marketinških proračunov. Podjetja vlagajo vedno manj v klasično oglaševanje, ki ne zahteva takojšnjega odziva in vedno več v direktni marketing.

- ✓ Vzroki prelivanja marketinških proračunov iz »imidž« oglaševanja v direktni marketing.
- ✓ Ko kombiniranje prinese več kot uporaba le enega pristopa.
- ✓ Marketing z dovoljenjem in »aktiviranje« kupcev.

- ✓ Testiranje marketinških akcij in maksimizacija njihovega učinka.
- ✓ Ključni faktorji učinkovitosti vašega direktnega marketinga.
- ✓ Učinkovito oglaševanje – skrivnosti najbolj uspešnih akcij.
- ✓ Marketing na internetu - od oglaševanja na iskalnikih, pa do uporabe socialnih omrežij.
- ✓ Pridobivanje najboljših kupcev na trgu s pomočjo koncepta »Sanjskih 100«.

4. Grajenje blagovne znamke.

Blagovne znamke ne morete graditi le z oglaševanjem. Blagovna znamka se namreč gradi takrat, ko so vaši zaposleni v stiku s kupci in ko vaši kupci uporabljajo vaše izdelke/storitve.

- ✓ Osnovni okvir grajenja blagovne znamke – cilji, strategija, izvedba.
- ✓ Zaposleni kot vaša vojska promotorjev.
- ✓ Spreminjanje nezaželenega imidža pri kupcih.
- ✓ Naj vaše podjetje postane avtoriteta v svoji branži s pomočjo strateškega razmišljanja.
- ✓ Načrtno grajenje lojalnosti je lahko bistveno več, kot deljenje točk in lojalnostnih kartic.
- ✓ Študiji primerov gradnje blagovne znamke na B2C in B2B primeru:
 - Intervju z Mileno Štular, Podpredsednico Uprave Droga Kolinska, d.d., in Glavno izvršno direktorico za marketing in prodajo skupine Droga Kolinska.
 - Intervju z Mojco Frančeškin, vodjo marketinga pri podjetju Instrumentation Technologies d.o.o..

5. Psihologija v marketingu in vpliv cen na nakupne odločitve.

- ✓ Racionalna in emocionalna matematika.
- ✓ Kako doseči, da se bodo kupci počutili cenjene?
- ✓ Ključni psihološki vzvodi človeškega vedenja.
- ✓ Tveganje in nakupne odločitve.
- ✓ Vpliv nizkih/visokih cen na povpraševanje ter izbira cenovne politike – diskriminacija pri ceni, strukturirane izbire in druge strategije pri cenah.
- ✓ Tržne raziskave kot stvar preteklosti in novi (zanesljivejši) pristopi pri ugotavljanju, kako razmišljajo kupci.

Telekonference in drugi materiali

Pred vsakim srečanjem boste prejeli gradiva za pripravo na srečanje. Ta vam bodo omogočila, da se fokusirate na srečanja in od njih odnesete kar največ. Med srečanji boste imeli priložnost sodelovati tudi na 5 enournih telekonferencah (če jih zamudite, vam bodo na voljo njihovi MP3 posnetki):

1. Segmentacija kupcev in najbolj aktualna orodja na tem področju.
2. Študije primerov zviševanja zaznane vrednosti produktov.
3. 6 modelov oblikovanja marketinških sporočil, ki pritegnejo in dosežejo, da si jih kupci zapomnijo.
4. Točke stika s kupci – kako jih narediti izjemne?
5. Razumevanje človeškega vedenja, predvsem potrebe po takojšnji zadovoljitvi in pa potrebi po odlašanju.

V času izvajanja programa vam bomo tudi dodatno svetovali. Vodja programa bo na voljo za vsa morebitna vprašanja tudi preko telefona ali e-pošte. Individualno vam bomo dali tudi dodatna gradiva, članke in predlagali seznam literature, ki bi vam lahko koristila pri nadgrajevanju specifičnih znanj.

Dodatek v sodelovanju s Chetom Holmesom

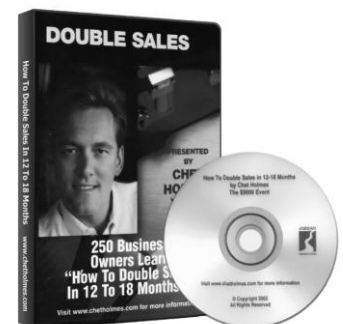
Chet Holmes (www.chetholmes.com) je eden od najbolj naprednih marketinških umov našega časa. Je svetovalec, ki si za svoja marketinška svetovanja zaračuna najmanj 1 mio USD na stranko, ter avtor ene od najboljših marketinških knjig zadnjih let – *The Ultimate Sales Machine* (najbolje prodajana marketinška knjiga na Amazon.com in NY Times bestseller).

V sodelovanju s Chetom Holmesom dobite udeleženci Marketinške Akademije dva posebna dodatka v skupni vrednosti nad 2.400 EUR.

1. DVD »Kako podvojiti prodajo v 12 do 18 mesecih«

DVD, ki ga ne morete dobiti v redni prodaji. Na njem je video posnetek Chetovega nastopa na poslovnem dogodku »Skrivnosti najboljših direktorjev na svetu«, ki se ga je udeležilo 250 lastnikov podjetij iz celega sveta. Za udeležbo na dogodku so plačali 5.000 USD.

Chet Holmes ta DVD običajno vključuje le v svoje dražje izobraževalne pakete za direktorje (npr. *Business Growth Masters*), zdaj pa je na voljo tudi udeležencem Marketinške Akademije.



2. »Fortune 500« marketinški vprašalnik

Vprašalnik, ki ga Chet Holmes uporablja pri svetovanju svojim strankam. Gre dejansko za nekakšno samodijagnozo, po kateri vodje marketinga ali direktorji, ki vprašalnik izpolnijo, navadno rečejo: »Svojega marketinga ne jemljem niti pol tako resno, kot bi ga moral«.

Vprašalnik je rezultat več kot deset let dela z najboljšimi svetovnimi podjetji. Pokazal pa vam bo vsako slabost vašega podjetja in potenciale, ki jih še niste izkoristili. Vsak pameten direktor ali vodja marketinga ve, da skrivnost poslovnega uspeha ni v odgovorih, pač pa v pravih vprašanjih. In ta vprašalnik na 34 straneh vam nudi tista resnično prava vprašanja, ki bi si jih moral postavljati vsakdo, ki resno razmišlja o svojem marketingu.

Nov pristop pri zasnovi in izvedbi programa

Program je zasnovan na »tehnologiji« coaching programov (Robert Rolih se zadnja leta ukvarja predvsem s coachingom), kar pomeni:

- Da bolj kot na pasivnem pridobivanju znanj temelji na aktivnem pridobivanju znanj s pomočjo vprašanj in lastnega razmišljanja.
- Coaching omogoča bistveno bolj individualen pristop k pridobivanju znanj in odločanju o dejanjih. Vsak udeleženec se namreč lahko fokusira na tiste stvari, ki so v njegovem podjetju bolj pomembne.
- Program vsebuje pristope, ki vas »silijo« k implementaciji, s tem pa boste hitreje dosegli svoje cilje.

Avtor in vodja programa



Mag. Robert Rolih je eden od vodilnih svetovalcev za povečanje učinkovitosti marketinga v Sloveniji. Na leto prebere cca. 50 knjig in ideje v njih uporablja v praksi. Znanje, ki ga ima, zna prenesti na udeležence svojih programov na zanimiv, praktičen način in jih vzpodbuditi, da ga tudi sami spravijo v akcijo.

Med njegovimi strankami na področju svetovanja je več kot 200 podjetij. Je avtor štirih knjig in preko 100 člankov, objavljenih v različnih revijah, ter stalni avtor revije Podjetnik.

Pri pripravi in vodenju Marketinške Akademije je uporabil znanja, ki si jih je pridobil kot certificirani coach Briana Tracyja. Zaradi takšnega pristopa pri izvedbi programa lahko od njega pričakujete bistveno večje koristi, kot od akademskih programov ali seminarjev.

»Robert Rolih je najboljši predavatelj v naši državi, spoznal pa sem jih veliko.«
- Dejan Nikitovič, DM drogerie markt, d. o. o.

Kdo se lahko udeleži programa?

Program je namenjen direktorjem marketinga, direktorjem podjetij, ključnim zaposlenim v marketingu, produktim in brand managerjem. Predpogoj za udeležbo je, da imate **najmanj 3 leta praktičnih izkušenj v marketingu** ter da ste na **odgovornem delovnem mestu** (le tako boste tisto, kar ste si zastavili na srečanjih, lahko izvedli v praksi). Program ni primeren za novince ali asistente na tem področju.

Termini, kotizacija

Srečanja v okviru programa bodo v hotelu Lev v Ljubljani. Vsako srečanje traja od 11:00 do 16:30 ure. Termini srečanj: 8. apr., 6. maj, 10. jun., 9. sept. in 7. okt. 2010.

Kotizacija za sodelovanje v programu je 1.630 EUR + DDV. Za zgodnje prijave do 19. 3. 2010 velja popust na to kotizacijo v višini 15 % (prihranek 244,5 EUR).

Zaradi specifik programa je število udeležencev omejeno na 20, zato pohitite s prijavo.

Program naročnik plača pred prvim srečanjem. V ceno je vključena udeležba na srečanjih, sodelovanje v telekonferencah, pripravljalni materiali na srečanja, gradiva na srečanjih, materiali Cheta Holmesa, osvežilni napitki in prigrizki.

Prijavite se lahko tako, da:

- izpolnite naročilnico na zadnji strani tega pisma in jo pošljete na **faks: 01 511 30 77**,
- pokličete na 01 511 30 71 ali pišete na info@panta-rei.si.

Želim vam veliko uspehov pri marketingu,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "R. Rolih".

mag. Robert Rolih, direktor

P.S. Udeležba na Marketinški Akademiji bo imela pomembne posledice tako za uspešnost vašega podjetja, kot za vašo osebno uspešnost. Mešanica coachinga, novih znanj in akcije je namreč dinamit za vaše rezultate in pravi strup za vašo konkurenco. Pridružite se nam!

MARKETINŠKA AKADEMIJA ROBERTA ROLIHA

Kako z nižjim marketinškim proračunom doseči večji učinek marketinga?

Da, prijavljam se na program **Marketinška Akademija Roberta Roliha**, ki zahtevnim marketinškim strokovnjakom in direktorjem omogoča hitrejši napredek in doseganje boljših rezultatov.

Ime, priimek _____

Podjetje _____

Položaj v podjetju _____

Izkušnje v marketingu _____ let

Naslov _____

Telefon _____

E-pošta _____

Izpolnite prijavnico in jo pošljite na faks 01 511 30 77

Zaradi specifikacije programa so prijave možne najkasneje do 2. aprila 2010.

Pridružujemo si pravico, da lahko katerikoli prijavo na program zavrnilo, brez navajanja razlogov za zavrnitev.