**MDBS 117 Bütünleşik Pazarlama İletişimi Takım Çalışması (%15)**

**Çalışmanın konusu**

* Aşağıda belirtilen eğitim programlarından biri hakkında grubunuz ile birlikte kapsamlı bir pazarlama stratejisi hazırlamanız beklenmektedir.
1. Müzakere ve pazarlık teknikleri
2. Nezaket ve protokol teknikleri
3. Askeri strateji tekniklerinin kişilerin kişisel ve mesleki liderlik ve kritik düşünme yöntemlerine adapte edildiği, uygulamalı liderlik eğitimi.
* Bu çalışmada tamamı ile varsayımsal bir zihinsel düşünme süreci geliştirerek arkadaşlarınız ile mantıklı ve birbirleri ile uyumlu bir pazarlama planı hazırlamanız beklenmektedir.
* Siz ve arkadaşlarınız bir pazarlama danışmanlık şirketinin pazarlama araştırma ekibisiniz. Kıbrıstaki pazar ile ilgili hiçbir fikri olmayan bir müşteri danışmanlık hizmeti almak üzere şirketinize geliyor. Bu kişi yukarıdaki 3 konudan bir tanesinde uzman bir eğitmen ancak Kıbrıstaki pazara girebilmesi için sizin danışmanlığınıza ihtiyacı var. Size bu tarz bir çalışmada hangi aşamaları takip etmeniz ile ilgili yönlendirici bilgiler aşağıda verilmektedir. Bu çalışmada sizin tüm pazarlama bileşenleri ile ilgili kapsamlı ve birbirleri ile belli bir mantık kurgu ve uyumu içerisinde bir çalışma yapmanızı bekliyorum. Bu çalışmada doğru ya da yanlış bir şey yok. Sadece her sorduğunuz sorunun, her verdiğiniz kararın mantıksal ve gerçekçi bir açıklaması olması beklenmektedir.
* Bu bir takım çalışmasıdır. Çalışmanın başında tüm takım üyelerinin ad soyad ve öğrenci numaraları yazılmalıdır. Sadece bir takım üyesinden ozan.inamlik@emu.edu.tr adresine bir mail ile çalışma gönderilmelidir.
* Teslim şekli ve son teslim tarihi: Final sınavı günü – Times New Roman 12 font satır aralıksız.

**Neden bu çalışmayı yapmalısınız?**

* 15% için ☹
* MDBS 117 dersinin ikinci yarısında kariyer planlama süreçlerinde kişisel pazarlama iletişimi ve bütünleşik pazarlama iletişimi üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada edineceğiniz veya geliştireceğiniz bilgi ve becerilerin sizin kendi kariyer süreçlerinizde kendinizi tanıtırken katkıda bulunması beklenmektedir.
* Kendi danışmanlık ve/veya eğitim şirketini (beslenme dietetik, fizyoterapi, mimarlık, mühendislik, rehberlik ve danışmanlık, vb gibi) kurmak isteyen bir kişi için pazarlama iletişiminin nasıl yapılacağı ile ilgili önemli bir tecrübe olacağı kanaatindeyim.
* Çalıştığınız kurumların tanıtım çalışmalarında kullanılmak üzere önemli bir tecrübe olacağına inanıyorum.
* CV nize bu çalışmayı Yer aldığınız projeler başlığı altında “Hizmet sektöründe bütünleşik pazarlama iletişimi” olarak yerleştirebilirsiniz.
* Bu tarz çalışmalar PBL (Problem temelli öğrenme) veya yetkinlik bazlı mülakat olarak karşınıza çıkabilir.
* Pazarlama iletişimi herzaman hayatınızın bir parçası olacak. Özel ders vermek için kendini tanıtan bir öğretmen, klinik işleten bir dietisyen, fizyoterapist, mimar, danışman, yönetim bilişim sistemleri uzmanı...
* Bu çalışmada alacağınız tüm kararların çalışmanın diğer bölümlerindeki aldığınız kararlarla uyumlu olması beklenmektedir. Bu sizin kapsamlı ve bileşenler arasında uyumlu düşünme becerilerinizi geliştireceğine inanıyorum.

**BÖLÜM I – DANIŞMANLIK VERECEĞİNİZ MÜŞTERİ İLE TANIŞMA**

Eğitmen ofisinize geldi ve sizin danışmanlığınıza ihtiyacı var. Size hizmetiniz karşılığında ödeme yapacak. Ancak sizin kendisi için doğru danışmanlık şirketi olduğunuza emin olabilmesi için olumlu ve profesyonel bir yaklaşım izlemeniz gerekmekte. Siz bu eğitmenin Kıbrıstaki eğitimlerini pazarlayacağınız için kişiyi, geçmişini, becerilerini, eğitimini, beklentilerini çok iyi anlamanız gerekmektedir. Bu bölümde sizden pazarlama planı hazırlarken çok önemli yol gösterici olacak 30 (+/-5) tane çok özenle seçilmiş soru yazmanızı bekliyorum. Bu soruların her birinin bir mantığı olmalı.

Ör: Soru: Evlimisiniz? (Bence son derece mantıksız ve amatörce sorulmuş bir soru. Karşıdakini rahatsız edebilir. Soracağınız her soru hem belli bir mantık çerçevesinde hem de profesyonel bir üslub ile sorulmalıdır.Eğer sormak istediğiniz soru “Seyahat engeliniz var mı?” ise ve eğer kafanızda bu kişiyi şehir dışında bir dizi eğitim çalışması planlıyorsanız mantıklı olabilir. Ancak bundan çok daha önemli sorular var sormanız gereken:

Ör: Bu eğitimi daha önce hangi kurum ve/veya şirketlere verdiniz?

 Ne kadar bir süre için Kıbrısta kalmayı düşünüyorsunuz?

Bu zamana kadar eğitim verdiğiniz kişi profillerini biraz anlatırmısınız (Coğrafi, psikografik, demografik özellikler)

Sorduğunuz tüm soruların yanıtları sizin pazarlama stratejilerini şekillendireceği için, alacağınız her bir bilginin bir mantığı olmalıdır.

**Bu ve benzeri başlıklar altında sorularınızı kategorilendirebilirsiniz**

* Eğitmenin geçmişi (uyruk, bildiği diller, eğitim, ayrıştırıcı özellikler...)
* Eğitmenin verdiği eğitimin özellikleri (içerik, süre, fiyat, verdiği ülkeler, kurumlar, kişiler, coğrafi, psikografik, demografik segmentasyon...)
* Eğitmenin geçmişte eğitimlerini pazarlama stratejileri (çok kişiye düşük fiyattan? Az kişiye yüksek fiyattan?)
* Eğitmenin beklentileri (maddi – aylık, yıllık, eğitim başına, danışmanlık şirketine – size- yapacağı ödeme net maaş? Kazandıkça kar paylaşımı?, sizden beklediği nedir? Sadece pazara giriş stratejileri ile ilgili planı yapmanızımı yoksa bizzat sizin bu kişinin tüm pazarlama iletşimini sürdürmenizimi bekliyor?)

Bu eğitmen tamamı ile varsayımsal bir karakter olduğu için bu sorulara istediğiniz yanıtları verebilirsiniz. Tek istediğim şey, sonraki bölümlerde pazarlama karması hazırlarken bu sorulara verilen yanıtlara atıf yapmanız.

Ör: Geçmişte almış olduğunuz eğitimler hakkında bilgi verirmisiniz?

Harvard Universitesi, Müzakere ve Pazarlık Enstitüsünde 2 yıl ileri düzey eğitmenlik ve eğitimci eğitmeni eğitimi aldım.

**BÖLÜM II - DEĞERLENDİRME**

Bu bölümde bu eğitmen ile çalışmanızın mantıklı ve karlı olduğunu düşündüğünüz özellikleri diğer bir deyişle bu kişi ile çalışmanın güçlü ve zayıf (varsa) yönlerini yazınız. Belirttiğim üzere tamamıyle serbestsiniz yanıtlarınızda ancak verdiğiniz tüm yanıtlar çalışmanın diğer bölümleri ile tutarlı olmalıdır. Gerçek hayatta siz bu kişiye sadece pazarlama iletişimi planı çıkarabilirsiniz ya da tüm bu pazarlama iletişimin sürdürebilirsiniz. Bu çalışmada siz bu pazarlama iletişimi planını çıkartmış olacaksınız.

**BÖLÜM III – PAZARLAMA KARMASI**

**Pazarlamanın 4P’si**

**Product (ürün)**

**Price (fiyat)**

**Place (yer)**

**Promotion (Tanıtım)**

**Segmentasyon:**

Pazarlamanın 4 Psi ile devam etmeden önce bu eğitimi vereceğiniz kitleyi tanımlamanız sizin tüm pazarlama çalışmalarınızda doğru kitleye odaklanmanızı ve pazarlama bütçe ve zamanını etkili kullanmanızı sağlayacaktır. Burada odaklanacağınız segment tüm fiyat, ürün ve tanıtım stratejilerinizi şekillendirecektir. Bu nedenle hedef kitlenizi detaylı bir biçimde tanımlayınız. Sizden bu noktada beklentim, hedef kitlenizi aşağudaki segmentasyon türlerine göre tanımlamanız.

* **Coğrafi segmentasyon** (ürünü/hizmeti pazarlayacağınız kişileri bulundukları coğrafi bölgeye göre tanımlamak…Gazimağusa’da yaşayan Libyalı öğrenciler)
* **Demografik özelliklere göre segmentasyon** (ürünü/hizmeti pazarlayacağınız kişileri nüfus özelliklerine göre tanımlamak…Gazimağusa’da yaşayan evli ve çocuklu Libyalı Doktora öğrencileri)
* **Psikografik özelliklere göre segmentasyon** (ürünü/hizmeti pazarlayacağınız kişileri satın alma motivasyonlarını etkileyen kişilik ve yaşam stilleri vb gibi faktörlere göre tanımlamak…uluslararası kariyer hedefleyen, tutkulu, dışa dönük, sportif, iddialı işlere girmekten çekinmeyen, risk alabilen…)

**ÜRÜN:**

* Bu nasıl bir eğitim? Eğitimin içeriğinde neler var?
* 2/4/5 saatlik eğitim programı? 20 saatlik yoğun bir eğitim programı?
* Eğitim ne kadar sürmeli? **Neden?**
* Bir kişiyemi? Aynı anda 100 kişiyemi? Bu eğitime aynı anda kaç kişi alınmalı? Neden?
* Katılım sertifikası?
* Uygulamalı/teorik?
* İnsanlar **neden** bu eğitimi almalı? Bu eğitim kişilere hangi bilgi ve becerileri kazandıracak. **Neden**?

**FİYAT:**

* 1 saat - 100 TL? 1 saat 1000 TL? 1 hafta 500 TL 1 hafta 10 000TL? Fiyatlama stratejiniz nasıl olmalı? Az kişiye çok yüksek fiyat? Çok kişiye düşük fiyat? **Neden**? Hedef kitlenizi dikkate alarak yanıtlayınız.
* İnsanların fiyatlara gösterecekleri duyarlılıklar neler olabilir? Olası sorunlar ne olabilir? Nasıl engellenebilir?

**YER:**

* Bu eğitimi nerede verceksiniz? Yermi kiralayacaksınız? Bu kişilerin bulundukları şirket/okul vb gibi yerlerde mi vereceksiniz eğitimi? **Neden?** Bu yer kişilerin bulundukları yerlere yakın mı olmalı? Bu bir avantaj mı? Fiziksel yakınlık ya da uzaklık nasıl bir avantaj veya dezavantaj olabilir. Yer konusunda herhangi bir eğitim kurumu ile işbirlikteliği yapılabilirmi? Bu bir avantaj ya da dezavantaja sebep olurmu? Tüm süreç ile ilgili stratejik işbirlikteliği yapılabilecek bir kurum kuruluş varmı?

**TANITIM:**

* Hedef kitleye hangi iletişim araçları ile ulaşabilirsiniz? (TV, radyo, gazete, sosyal medya, vb gibi) **Neden?**
* Misyoner pazarlama, marka temsilcisi, komisyonlu temsilci yöntemlerinden hangisini ve nasıl kullanmalısınız? Bu kişileri nerede nasıl bulursunuz ve motive edersiniz?
* Pazarlama iletişiminizi yapmanızda yardımlaşabileceğiniz kurum/kuruluşlar nelerdir? Nasıl ilişki başlatırsınız? Nasıl bir işbirlikteliği geliştirebilirsiniz? İtme stratejisi ?(bir kurum ile işbirikteliği yaparsınız o müşterilerine sizin ürününüzü satar. Ör: Bir müşterinin restoranta gittiğinde aklına gelen rakı yeni rakı iken garson ya yeni rakının olmadığını söyler ya da başka markaları önerir.)
* Ağızdan ağıza iletişimi nasıl tetiklersiniz? İnsanlara bu eğitimin tanıtımını yaparken kullanacakları ve konuşmayı tetikleyecek ne tür içerik, bilgi, broşür, slogan, video vb gibi şeyler kullanırsınız. Video ve broşürlerde ne tür bilgiler vereceksiniz ve nasıl? Vereceğiniz eğitimin ağızdan ağıza pazarlanmasını sağlamak için hangi kişiler ile iletişim sürdürmelisiniz?
* Web sayfanız olmalımı? Web sayfanızda ne tür içerik ve bilgiler yer almalı? Neden? Sosyal medyayı tanıtım için nasıl kullanacaksınız? Sosyal medya tek başına yeterlimi? Sıcak satış, marka temsilcisi, etkileyicilerin yapacağı ağızdan ağıza pazarlama, vb gibi hangi enstrümanları eş güdümlü, eş zamanlı olarak kullanmalısınız?
* İnsanlara bu eğitimi tanıtırken neden bu eğitime ihtiyaç duyacakları ve bu eğitimin kendilerine değer katacağını hangi slogan ile anlatırsınız. Müşteri eğitimi reklamla, satış temsilcileri ve diğer tüm tanıtım araçları ile yapılabilir. Şu cümleyi çok detaylı tamamlayın lütfen:
* Tanıtımda vermek istediğiniz mesajın iletilmesini olumsuz engelleyecek faktörler nelerdir? Nasıl engel olabilirsiniz?

Bu eğitimi almalısın çünkü...en az 4-5 güçlü sebep belirlemelisin çünkü bu sebebler tüm tanıtım çalışmalarında müşteriyi satışa yönendirecek satış noktaları olacak.

* Tanıtımda ilk adımınız ne olacak? Hangi enstrümanla tanıtıma başlayacaksınız? Neden?
* Aşağıda gördüğünüz grafiksel araca Gantt Chart diyoruz. Özellikle ayın hangi günü/günleri hangi tanıtım araçlarının kullanılacağı ile ilgili basit ama faydalı bir araç

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Facebook reklam |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Linkedin üzerinden ücretsiz webinar |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Şirket ziyaretleri |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| TV  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

* Sizden 21 günlük bir Gantt Chart hazırlamanızı bekliyorum.
* Yaklaşık 10 (+/-2) sayfalık bir çalışma bekliyorum.
* Tekrar belirtmek istiyorum bu çalışmada doğru yada yanlış yok ancak sorduğunuz sorular, varsayımsal olarak verdiğiniz cevablar ve uygulayacağınız stratejilerin her biri mantıklı ve birbirlerini tamamlayıcı olmalı. Yazdığınız herşeyin mantığını yazmalısınız. Bu hedef kitleye ürünü tanıtacağım...Neden?..tanıtıma bu yöntemle başlayacağım...neden?

**Değerlendirme**

Bu çalışmada takım arkadaşlarınızdan ve çalışmadan ne öğrendiniz/edindiniz?