INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Прикладные аспекты работы менеджера по продукту

Программа

1 день

Планирование и организационные вопросы в работе менеджера по продукту

- Product-менеджер в структуре компании (роль, ответственность)
- Взаимодействие с подразделениями организации: основные вопросы
- Функционал менеджера по управлению продуктом
- Система планирования и оценка эффективности работы менеджера по продукту
- Структура плана, сроки и этапы реализации

Маркетинговый анализ: практические методы

- Базовые методики проведения маркетингового анализа клиентов
- Анализ рисков и возможностей внешней среды: методика оценки и практические результаты
- Оценка потребительского поведения: оценка и формирование конкурентных преимуществ: Attractive Quality Creation Нориаки Кано

Практикум:

- кейс «Оценка влияния рисков и возможностей внешней среды (методика анализа)»

- кейс «Методика формирования конкурентных преимуществ Нориаки Кано»

Методы анализа конкурентов

- Определение ключевых конкурентов: построение стратегических карт и позиционирования
- Структура и источники сбора информации по конкурентам: примеры из практики
- SNW анализ в практике управления продуктами. Оценка сильных и слабых сторон

Практикум: кейс «Выделение стратегических групп конкурентов»

2 день

Формирование конкурентоспособного ассортиментного портфеля

- Практика формирования оптимального портфеля: основные методы (BKG, двухфакторый ABC-анализ, Продуктово-рыночная матрица)
- Оценка ценовых рыночных ниш: выбор приортиетов для развития
- Сокращение ассортимента. Ликвидация неликвидов и сверх запасов
- Изменение ассортиментной политики: получение прибыли и расчет финансовых показателей
- Основные этапы процесса разработки нового продукта: производство и дистрибуция
- Методика оценки индекса потребительской удовлетворенности и расчет финансовых последствий потери клиентов для компании
- Методы определение цены продукции
    - методика PSM-определения цены и ценовой чувствительности
    - установление цены на новые продукты

Практикум: продуктово-рыночная матрица. Кейс. PSM-анализ

Стратегия и тактика продаж

- Разработка плана продаж: поддержка работы отдела продаж по товарным группам со стороны продакт-менеджера
- Методы прогнозирования продаж; GAP-анализ (анализ разрывов по матрице Ансоффа)
- Оценка привлекательности отраслевых и региональных рынков, выбор привлекательных рыночных ниш: авторская методика

- Контроль показателей по сбыту, обороту и выполнению бюджета продуктов

Практикум: кейс «Расчет воронки продаж. Методика оценки привлекательности отраслевых и региональных рынков»

3 день

Практика работы с поставщиками

- Схемы взаимодействия с поставщиками: требования к поставщику и товару
- Выбор поставщиков и оценка работы
- Ритейлеры: координация работы, проблемы и их решения

Стратегия продвижения продукта

- Формирование плана продвижения: технология планирования
- Выбор основных каналов продвижения: для рынка B2B и B2C, услуг
- Алгоритм контроля и формулы по оценке эффективности
- Практика формирования бюджета продвижения, расчет возврата инвестиций
- Методика оценки эффективности ROMI: примеры расчета

Практикум: технология выбора инструментов продвижения, оценка эффективности акций, расчет ROMI

INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

РК, г. Алматы ул. Шашкина 24БЦ K Plaza офис 1 (уг. проспекта Аль-Фараби)

www.iba.kz

info@iba.kz