

MARKA WŁASNA (Private Labels). Nowoczesne Strategie. Praktyka Zarządzania

O SZKOLENIU:

Marka własna (private labels) w ciągu ostatnich lat stała bardzo ważnym elementem rynku, zwłaszcza w wypadku produktów FMCG, zdobywając sobie z roku na rok coraz większe uznanie konsumentów. Obecnie mało który producent może pozwolić sobie na nieuwzględnienie w swoich planach zjawiska marki własnej. Zapraszamy Państwa na szkolenie w całości poświęcone zarządzaniu markami własnymi.

Adresaci szkolenia z marek własnych

Od ponad 20 lat skutecznie wspieramy rozwój kompetencji zawodowych managerów i specjalistów marketingu. Szkolenie "Marka Własna (Private Labels). Nowoczesne Strategie. Praktyka Zarządzania" przeznaczone jest dla specjalistów ds. marketingu, product managerów, brand managerów, dyrektorów ds. marketingu, członków zarządu.

CELE SZKOLENIA:

Biorąc udział w szkoleniu z marki własnej zostaniesz przygotowany do realizacji projektów z zakresu marek własnych.

Uczestnicząc w naszym szkoleniu "Marka Własna (Private Labels). Nowoczesne Strategie. Praktyka Zarządzania"

Uzyskasz wiedzę dotyczącą marek własnych, panujących trendów i perspektyw ich rozwoju.

Zdobędziesz umiejętność analitycznego podejścia do projektów marki własnej oraz umiejętność ograniczania i / lub eliminowania ewentualnych zagrożeń wynikających z tego projektu.

Poznasz kluczowe podmioty, które mają wpływ na rozwój marek własnych.

Nauczysz się jak pracować z produktem markowym, aby utrzymać jego pozycję na rynku w obliczu marek własnych.

Dowiesz się jak w praktyce wygląda wprowadzanie produktów pod marką własną na rynek i współpraca z klientem sieciowym.

3 wygodne formy realizacji szkolenia "Marka Własna (Private Labels). Nowoczesna strategia. Praktyka Zarządzania"

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z zarządzania marką własną.

Udział w szkoleniu otwartym. Rozwiązanie rekomendowane dla uczestników indywidualnych lub małych grup 2/3 osoby.

Terminy, miejsca i cenę znajdziesz z prawej strony.

Szkolenie zamknięte dla managerów / specjalistów Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 4/5 - 12 osób.

Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstwa klienta.

Szkolenie "1 na 1". Przeznaczone indywidualnie dla 1 osoby. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem.

Program szkolenia jest dostosowywany do zgłoszonych potrzeb.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. CZYM JEST MARKA WŁASNA

Pojęcie marki własnej

Kluczowe kategorie dla marki własnej

Podmioty uczestniczące w rozwoju marki własnej

2. ROZWÓJ MARKI WŁASNEJ: AKTUALNE TRENDY, CZYNNIKI WZROSTU I PROGNOZY NA PRZYSZŁOŚĆ

3. KONSUMENT MARKI WŁASNEJ - JEGO ZACHOWANIA, OCZEKIWANIA I POSTRZEGANIE MAREK WŁASNYCH

4. MARKA WŁASNA Z PERSPEKTYWY PRODUCENTA I DETALISTY

Analiza szans i zagrożeń

Przekształcanie zagrożeń w szanse

Marka własna jako strategia

5. STRATEGIE SIECI DLA MAREK WŁASNYCH

Warianty i nazewnictwo marek własnych - rozwiązania stosowane przez sieci

Co dla sieci jest najważniejsze w marce własnej

Wspieranie marek własnych przez detalistę

Wpływ działań podejmowanych przez sieci na właścicieli produktów markowych

6. STRATEGIE WŁAŚCICIELI PRODUKTÓW MARKOWYCH W OBLICZU MARKI WŁASNEJ

Analiza biznesu - rozwój produktów / marek ekonomicznych, optymalizacja asortymentu

Sposoby zarządzania produktem markowym

Poszukiwanie i przyjmowanie nowych ról przez producenta na zmieniającym się rynku

Umacnianie pozycji rynkowej

7. PROCES WPROWADZANIA PRODUKTU POD MARKĄ WŁASNĄ Z PERSPEKTYWY PRODUCENTA

Proces realizacji projektu marki własnej

Odpowiedzialność za projekt marki własnej w firmie

Zakres odpowiedzialności producenta i detalisty podczas realizacji projektu

Błędy popełniane przy realizacji projektów

8. TECHNIKI POSTĘPOWANIA Z KLIENTEM SIECIOWYM PRZY PROJEKTACH MARKI WŁASNEJ

Udział w przetargu

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Sytuacje kryzysowe po wygranym przetargu

Obrona produktów markowych

9. ASPEKTY PRAWNE MAREK WŁASNYCH

Szkolenie "Marka Własna (Private Labels). Nowoczesne Strategie. Praktyka Zarządzania" poprowadzi:

TRENER:

Izabela Bohdan - Talmont

Trener - Praktyk. Menedżer marketingu z wieloletnim doświadczeniem w zakresie zarządzania markami (branding) i produktami (product management), strategii marketingowych, trade marketingu.

Karierę zawodową rozpoczynała w Kamis - Przyprawy S.A. początkowo jako analityk sprzedaży, aby w 2003 roku objąć stanowisko Koordynatora Marketingu na Rynkach Zagranicznych. Odpowiadała m.in. za: wprowadzanie nowych produktów na rynki Europy Wschodniej i rynek amerykański, przygotowanie wsparcia marketingowego dla partnerów zagranicznych, analizę działań konkurencji oraz współpracę z zagranicznymi agencjami reklamowymi, ocenę akcji promocyjnych.

Od 2005 roku była odpowiedzialna za marki własne (private labels) w Kamis - Przyprawy S.A. współuczestniczyła w tworzeniu i wdrażaniu strategii rozwoju działu odpowiedzialnego za marki własne i eksport.

Wynikiem tych prac było wprowadzenie przypraw i musztard pod marką własną do sieci: Jeronimo Martins (Biedronka), Carrefour, Plus Discount, Tesco, Kaufland, Lidl na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych (m.in. Węgry, Czechy, Słowacja) dla takich klientów jak Tesco, Lidl, Kaufland. Ścisłe współpracowała z poszczególnymi działami firmy na każdym etapie przygotowania produktu pod markę własną (jakość, produkcja, B&R, zakupy, logistyka).

Od połowy 2006 roku związana z Eveline Cosmetics gdzie odpowiadała za opracowanie i wdrażanie kampanii promujących markę na rynkach eksportowych oraz współpracę z mediami zagranicznymi w zakresie reklam i PR, kontrolę budżetów marketingowych i promocyjnych.

W latach 2007 - 2008 w 3M Poland odpowiadała za zarządzanie markami Consumer Health Care (marki Viscoplast, Nexcare, Kinder Test) w kanale tradycyjnym, nowoczesnym i farmaceutycznym. Była odpowiedzialna za wprowadzanie nowych produktów, współpracę ze strukturami międzynarodowymi w ramach korporacji, koordynację działań PR dla marek, działania trade marketingowe, opracowanie i wdrażanie kampanii promocyjnych, zarządzanie marką na produktach, zarządzanie kanałami dystrybucji, współpracę z agencjami badającymi rynek (AC Nielsen), reklamowymi i domami mediowymi. Zrealizowała również projekt marki własnej dla sieci Biedronka.

Od 2009 roku Brand Manager marki Canpol babies w Canpol Communication. Zarządza marką Canpol babies we wszystkich kanałach dystrybucji, przygotowuje analizy strategiczne i wytycza kierunki rozwoju dla marki, projektuje oraz prowadzi akcje promocyjne skierowane do konsumentów i środowiska medycznego. Współpracuje z agencjami badawczymi w zakresie badań jakościowych i ilościowych w ramach projektu repozycjonowania marki.

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i Uniwersytetu Warszawskiego.

Główne kompetencje trenerskie:

- branding (zarządzanie marką, marki własne, rebranding, repozycjonowanie); - pricing (marketing ceny, polityka cenowa, polityka rabatowa, wojny cenowe); - benchmarking; - badania (ilościowe, jakościowe); - trade marketing; -

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



strategie marketingowe.