

**Программа семинара-тренинга  
«Международное маркетинговое исследование он-лайн»**

**Место проведения** – г. Ижевск, ул. Удмуртская, 249в, конференц-зал Центра развития бизнеса.

**Дата и время проведения** – 23-24 апреля 2014 года, с 09-30 до 17-00.

**Лектор:** Бельских Марина Владимировна – консультант-аналитик по вопросам развития международного бизнеса, кандидат экономических наук.

**Цели семинара-тренинга:** объяснить, как правильно формулировать вопросы маркетингового исследования; показать различные источники информации (открытые и платные); ознакомить с маркетинговыми метриками (показателями) по оценке и анализу зарубежных рынков; научить методам вычисления объемов зарубежного рынка; представить способы изучения потребительского поведения зарубежных клиентов.

**Участники семинара-тренинга (далее – участники):** менеджеры по внешнеэкономической деятельности, руководители, которые хотят научиться самостоятельно и быстро оценить привлекательность зарубежного рынка и экспортный потенциал продукции.

| Время                          | ПРОГРАММА СЕМИНАРА-ТРЕНИНГА<br>День первый – 23 апреля   |
|--------------------------------|--|
| 9.30 – 10.00                   | <b>Регистрация участников</b>  |
| 10.00 – 11.30                  | Блок 1 (теоретический). <b>Для чего нужны маркетинговые исследования?</b><br>Почему теперь экспортировать легче?<br>Ресурсы для развития международного бизнеса в цифровую эру.<br>Типичные ошибки экспортеров при проведении исследований.<br>Пять причин интенсивно использовать LinkedIn с сегодняшнего дня.<br>Анализ тенденций развития промышленности на международном рынке в отдельно взятой отрасли.  |
| 11.30 – 11.45                  | Кофе-пауза.  |
| 11.45 – 13.00                  | Блок 2 (практический). <b>Практика использования информационных ресурсов для проведения международного он-лайн маркетингового исследования.</b><br>Отработка практических навыков использования информационных ресурсов для международного онлайн-маркетингового исследования на примерах участников.  |
| 13.00 – 14.00                  | <b>Обед.</b>   |
| 14.00 – 15.20                  | Блок 3 (теоретический). <b>Какие инструменты и техники международного онлайн-маркетингового исследования нужно знать менеджеру по ВЭД?</b><br>Как автоматизировать процесс сбора и оценки информации на предприятии.<br>Как провести SWOT анализ компании на основе данных международного маркетингового исследования.<br>Как провести юзабилити тестирование сайта-электронной торговли.<br>Как разработать международную стратегию продвижения сайта электронной торговли. |
| 15.20 – 15.30                  | Кофе-пауза.  |
| 15.30 – 17.00                  | Блок 4 (практический). <b>Практика использования инструментов и техник международного онлайн-маркетингового исследования.</b><br>Отработка практических навыков использования инструментов международного онлайн-маркетингового исследования на примерах участников.   |
| <b>День второй – 24 апреля</b> |  |
| 09.30 – 11.15                  | Блок 5 (теоретический). <b>Как можно изучить потребительское поведение зарубежных покупателей?</b><br>Оценка степени удовлетворенности покупателей, адаптация продукции под требования покупателей, правила сегментации рынка, разработка стратегии продвижения на международном рынке, развитие бренда на международном уровне, правила работы с ритейлерами и оптовиками.  |
| 11.15 – 11.30                  | Кофе-пауза.  |
| 11.30 – 13.00                  | Блок 6 (практический). <b>Практика изучения потребительского поведения.</b><br>Алгоритм выявления особенностей потребительского поведения зарубежных покупателей   |

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | <p>на примерах участников.<br/>         Отработка практических навыков работы с брендом фирмы (продукции).<br/>         Выработка рекомендаций по продвижению бренда на международном рынке на примерах участников.</p>   |
| <b>13.00 – 14.00</b> | <b>Обед.</b>  |
| <b>14.00 – 15.30</b> | <p><b>Блок 7 (теоретический). Как эффективно использовать маркетинговые метрики (показатели) для анализа зарубежных рынков?</b><br/>         Показатели, используемые для выбора страны экспорта товара.<br/>         Оптимизация бизнес-модели компании для заданного зарубежного рынка.<br/>         Разработка показателей оценки дистрибуционной инфраструктуры.</p>  |
| <b>15.20 – 15.30</b> | Кофе-пауза.   |
| <b>15.30 – 17.00</b> | <p><b>Блок 8 (практический). Практика работы с маркетинговыми метриками.</b><br/>         Расчёт объема рынка продукции для отдельно взятой страны на примере участников.<br/>         Оптимизация маркетинг-микса на примере участников.<br/>         Разработка процедуры постановки маркетингового учета на примере участника.<br/>         Разработка показателей оценки эффективности участия в международной выставке на примере участника.<br/>         Оценка и разработка предложений по оптимизации цепи поставок на примере участника.</p> |