



Vabimo Vas na seminar z delavnico

»Marketing in prodaja: Kako odpraviti konflikt med njima?«

12. 2. 2009, ob 9.00 uri

v prostorih Gospodarske zbornice Dolenjske in Bele krajine, Novi trg 11 (II. nadstropje), Novo mesto.

Program

09.00	Začetek predavanja
10.30	Odmor za kavo
10.45	Nadaljevanje predavanja
12.15	Odmor za kosilo
13.00	Praktično delo
14.30	povzetek, vprašanja, odgovori, diskusija
15.00	Zaključek

Seminar z delavnico bo izvajala
mag. **Amadea Dobovišek**, MBA.

Namen in cilj seminarja z delavnico: Zaradi ločenega pojmovanja in obravnavanja dveh pomembnih sklopov trženja, celo v najboljših podjetjih obstaja konflikt med marketingom in prodajo. Na seminarju bomo osvetlili razloge za njegov nastanek in natančno opredelili na kakšen način lahko podjetja izboljšajo med-funkcijsko sodelovanje. Na delavnici bodo lahko udeleženci s pomočjo harvardskega testa ugotovili do katere mere, če sploh, sta funkciji marketinga in prodaje povezani v njihovih podjetjih, preko samo-ocenjevalne vaje pa preizkusili svojo usmerjenost na delovnem mestu.

Seminar z delavnico je namenjen vsem, ki sodelujejo pri načrtovanju ali izvajanju tržnih strategij podjetja, ne glede na to ali imajo naziv direktorja, vodje ali managerja in ne glede na to ali so odgovorni za področje prodaje, marketinga, trženja, komercialne, ključnih kupcev, itd. – saj je njihov skupni cilj pridobiti in ohraniti kupca ter ustvariti prihodke podjetja!

Vsebina: Strateški okvir tržnega managementa

- Dramatični vpliv spremenjenih nakupnih navad na trženje
- Mehanizem ustvarjanja vrednosti za kupca
- Semantične zadrege: marketing, trženje, prodaja
- Novi pristopi k strateškem načrtovanju
- Vloga prodaje v spremenjenih tržnih okoliščinah

Ugotavljanje povezanosti med marketingom in prodajo:

- Nasprotujoči aspekti: vzajemno podcenjevanje funkcij
- Razvoj marketinga ob relativno nespremenjeni vlogi prodaje
- Praktična vaja: kako sta funkciji povezani v vašem podjetju?

Odprava konflikta med marketingom in prodajo

- Zakaj prihaja do konflikta med marketingom in prodajo?
- Različni tipi odnosov povezanosti med funkcijama
- Premostitev ovir in možnosti integriranja

Zaključek seminarja: samo-ocenjevalna vaja

- Različne vrednotne usmerjenosti na delu

O izvajalki: Mag. Amadea Dobovišek, MBA je ustanoviteljica in direktorica svetovalnega podjetja za strateški marketing Publi Una d.o.o. Pri svojem delu povezuje politike tržnega upravljanja s poslovnimi strategijami podjetij pri čemer pogosto sodeluje z uglednimi tujimi strokovnjaki kot je njen mentor prof. dr. Joe Pons. V zadnjih desetih letih je svetovala številnim domačim in tujim podjetjem različnih dejavnosti na področju pozicioniranja,



načrtovanja in uresničevanja tržnih strategij, ustvarjanja vrednosti in zadovoljstva za kupce, uvajanja strateškega vodenja prodaje, upravljanja s prodajnimi kadri in komuniciranja s trgov ter ostalimi javnostmi.

O trženju se je podiplomsko izobraževala v Londonu (Cavendish College). Istočasno je opravljala študijsko prakso v svetovni multinacionalki (Hill&Knowlton). Na IEDC-Poslovni šoli Bled pa je končala študij MBA (2000) in magisterij iz menedžmenta (2004).

Je članica Združenja Manager in Združenja za management consulting pri GZS, ki ji je podelil **nagrado Feniks 2005** za najboljši svetovalni projekt leta. Vrsto let piše za časnik Finance in Delo ter reviji Manager in Marketing Magazin, v katerih objavlja strokovne prispevke s področja splošnega in tržnega menedžmenta ter redno predava na inštitucijah za izobraževanje menedžerjev ter na strokovnih dogodkih. Govori pet tujih jezikov. Novembra lani je pri GV založbi izšla njena knjiga **Strateško vodenje prodaje**, ki prva na slovenskem trgu postavlja v ospredje strateško razmišljanje o prodajni funkciji.

Vljudno vabljeni!

Kotizacija:

za člane GZDBK je **120 € + DDV**;
za druge **220 € + DDV**

Cena zajema udeležbo na dogodku, gradivo, postrežbo z napitki med odmorom in kosilo.

Prijavite se na spletni strani (pod **ime dogodka** vpišite »MARKETING IN PRODAJA«)

<http://www.gzdbk.si/si/storitve/koledar/prijava/>

Prijave sprejemamo do zapolnitve razpoložljivih mest!

Skrajni rok za morebitno pisno odpoved je 9. 2. 2009 - V nasprotnem primeru kotizacijo zaračunamo v celoti!

Kotizacijo predhodno nakažite

na poslovni račun GZDBK pri NLB, d.d., Ljubljana, številka: SI56 0297 0025 6614 247,
sklic 20090212 + matična številka vašega podjetja.

Matična številka GZDBK: 2295032. ID GZDBK za DDV: SI68152990.

Potrdilo o plačilu predložite najpozneje ob prihodu na dogodek!