
08 MARKETING I PRODAJA



- Marketing i PR
— Sertifikatni programi
- Prodaja

MARKETING I PR

NAPOMENA: Obuke je moguće pratiti na dva načina: Online uživo i Face-to-face uživo

MARKETINŠKA KAMPANJA – KOMPLETAN PROCES RAZVOJA I REALIZACIJE

Promovisanje proizvoda i usluga bez osmišljene i pravovremeno plasirane marketinške poruke nije moguće. Proces pripreme, razvoja i realizacije kampanje traži specifičnu kombinaciju znanja iz različitih oblasti.

Cilj treninga:

Sveobuhvatan uvid u proces pripreme, razvoja i realizacije marketinške kampanje u cilju efikasnijeg upravljanja.

Ciljna grupa:

Poslovni ljudi koji imaju potrebu za promovisanjem proizvoda ili usluga, bilo direktno ili indirektno (kao deo procesa nabavke, razvoja novih proizvoda, ljudskih resursa, korporativnih komunikacija, operacija). Oni koji do sada nisu imali iskustva sa razvojem kompletne marketinške kampanje koja se plasira kroz sve medije.

Teme:

- Priprema za razvoj kampanje - brif
- sagledavanje ambicija, izazova, mogućnosti
- postavljanje ciljeva – strateški vs komunikacioni cilj vs zadatak
- elementi i format brifa
- (tenderski) proces izbora agencija
- Strateški razvoj i kreativna ideja
- Definisane strateške pozicije, teritorija brenda, alati
- Insight – osnova svake ideje
- Kreativna platforma
- Ideja vs poruka, kreativni koncept vs TV reklama
- Ideja kroz medije, kanale, formate, sadržaje
- Produkcija i plasiranje u medije
 - od ideje do - TV reklame, bilborda, materijala na mestu prodaje, promocije
 - budžetiranje, rokovi, štampa, video produkcija, izvori, prava
 - realizacija, plasiranje u medije - specifičnosti kanala komunikacije (TV, OOH, print, digital, BTL)

Šifra: RealMarkKamp720

Termini: 1)25.04.2023. 2)29.09.2023.

Broj sati: 6



POSLOVNE FINANSIJE U MARKETINGU

Da bi se ostvarila osnovna svrha postojanja preduzeća a to je kreiranje dodate vrednosti marketing i finansije često moraju da govore istim jezikom. Marketari takođe treba da znaju da prevedu jezik marketinga i njegove mere u jezik finansija.

Cilj treninga:

Poboljšanje finansijskih znanja marketing profesionalaca.

Teme:

- Neto dobitak i stopa neto dobitka (Return on sales - ROS)
- Prinos na investicije (Return on Investment - ROI)
- Ekonomski dobitak (EVA)

- EBITDA i FCF
- Investicione kriterijumi: period povrata, neto sadašnja vrednost – NPV, interna stopa prinosa – IRR
- Merenje marketing profitabilnosti (marketing profit, marketing kontribucioni dobitak, benčmarking analiza marketing profitabilnosti)
- Prinos na investicije u marketing (Return on Marketing Investment – ROMI)
- Dodata ekonomska vrednost pomoću marketinga (Economic Value Added of Marketing – EVAM)

Šifra: FINPROMAR148

Termini: 1)02.02.2023. 2)04.10.2023.

Broj sati: 6



SVE ŠTO STE ŽELELI DA ZNATE O INTERNET MARKETINGU, A NISTE SMELI DA PITATE!

Ciljna grupa:

- Preduzetnici,
- Zaposleni u preduzećima u sektoru za marketing,
- Kao i svi ostali zainteresovani.

Cilj treninga:

- Upoznavanje sa osnovnim konceptima internet marketinga,
- Definisane ciljeva i praćenje rezultata,
- Upoznavanje sa AdWords i Facebook platformama,
- Upoznavanje sa korišćenjem i prednostima društvenih mreža za promociju firmi i proizvoda,

- Upoznavanje sa osnovama mail marketinga, kanala i strategija.

Teme:

- Upoznavanje sa internet marketingom
- Upoznavanje sa AdWords platformom,
- Upoznavanje sa Facebook oglasnom platformom,
- Upoznavanje sa Mail Marketing konceptima i najboljim praksama,
- Društvene mreže korišćenje, prednosti i mane, odabir pravih kanala i praktični saveti

Šifra: INTERMAR154

Termini: 1)27.02.2023. 2)23.08.2023.

Broj sati: 6



DIGITALNI MARKETING U FUNKCIJI EFIKASNOG POSLOVANJA

U zavisnosti od toga šta želite da postignete kao cilj, možete da predstavite sebe i svoj brend, da izgradite zajednicu i ostvarujete neposredan odnos sa njom, ili da se bavite prodajom.

Društvene mreže poput Facebook-a, Twitter-a, Instagram-a i druge su prva asocijacija na digitalni marketing. Ipak, to je dosta šira oblast koja se ne završava samo na njima jer nudi i brojne druge mogućnosti. Iz tog razloga morate uvek da budete u korak sa novim tehnologijama, kao i da se edukujete i da unapređujete svoje veštine na ovom polju.

Teme:

- Definisane ciljnih grupa
- Odabir digitalnih kanala komunikacije
- Definisane ciljeva za realizaciju marketing plana
- Kreiranje marketing plana
- Merenje rezultata
- Pitanja i odgovori

Šifra: DIGMARKEFOSL

Termini: 1)02.03.2023. 2)10.07.2023.

Broj sati: 8



UPOTREBA COPYWRITINGA U MARKETINGU

Pojam Copywriting označava upotrebu reči za promociju osobe, kompanije, mišljenja ili ideje. I

Svrha Copywrite-a ili promotivnog teksta je da ubedi čitaoca, slušaoca ili gledaoca da reaguje i, na primer, kupi promovisani proizvod, prihvati nečije ideje i stanovište, naruči neku uslugu i slično.

Teme:

- Pojam copywriting-a
- Struktura uverljivog teksta (bitni elementi, izgled..)
- Copywriting i njegov uticaj na SEO (optimizaciju sajtova)
- Pisanje kreativnog sadržaja za web
- Praćenje uticaja copywritinga na prodaju

Šifra: COPYWRITING141

Termini: Za više informacija o terminu treninga molimo da nas kontaktirate

Broj sati: 12



CONTENT MARKETING - SADRŽAJNI MARKETING

Content Marketing (marketing sadržaja) je tehnika kreiranja i distribucije relevantnog i vrednog sadržaja koji može da privuče i angažuje jasno definisanu ciljnu grupu, sa ciljem privlačenja profitabilnih akcija kupaca.

Teme:

- Koncept content marketinga
- Proces razvoja reklame
- Kreiranje kreativnog sadržaja
- Vrste sadržaja za objavljivanje
- Prednosti u odnosu na tradicionalni marketing (kanali komunikacije, odnos prema portošačima i troškovi)
- Praćenje uticaja content marketinga na kupce
- Primeri iz prakse

Šifra: CONTMARKET140

Termini: Za više informacija o terminu treninga molimo da nas kontaktirate

Broj sati: 6



SEO OPTIMIZACIJA

Ukoliko želite doći do što veće vidljivosti, posete i konverzije na vašem web sajtu, potrebno je na prvom mestu planirati i obratiti veliku pažnju na SEO.

Search Engine Optimization ili srpski Optimizacija sajta za web pretraživače (Google, Yahoo, Bing...) predstavlja skup radnji i aktivnosti koje se izvršavaju na samom sajtu ("on page" optimization) i van sajta ("off page" optimization) radi poboljšanja pozicije i vidljivosti web sajta za zadate ključne pojmove.

Naučite kako da definišete ključne pojmove za SEO i obezbedite bolju pozicioniranost Vašeg sajta na pretraživačima.

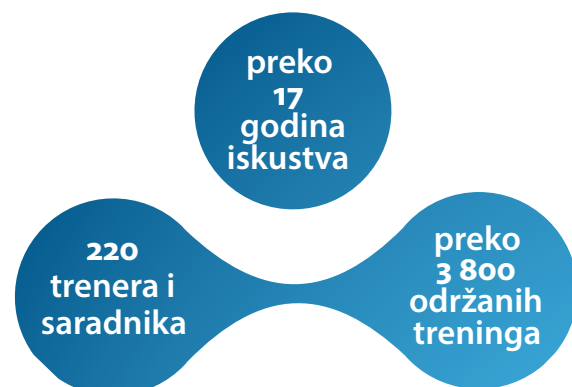
Teme:

- Kako rade web pretraživači?
- Vrste i tipovi SEO
- "On-page" SEO
- SEO struktura web sajta
- Meta tagovi – title tag, description tag, keywords tag
- Ključne reči i SEO optimizacija
- SEO alati
- Rad u alatu Google Search Console
- Optimizacija sadržaja sajta u praksi

Šifra: SEOOPTIM145

Termini: 1)19.06.2023. 2)05.12.2023.

Broj sati: 8



BREND ARHITEKTURA I STRATEGIJA PROŠIRENJA BRENDVA

Strategija proširenja brenda jedna je od najmasovnije implementiranih u modernoj marketing praksi. Ona kao osnovu za organski rast ne koristi tehnologiju, know how, proizvodne kapacitete, ljudske resurse i sl. već vrednost brenda. Kako tu vrednost staviti u funkciju pravljena još veće? Kako je opteretiti dodatno tako da dosegne neke nove ciljeve?

Ciljna grupa:

Poslovni ljudi koji u svom svakodnevnom poslovanju imaju na direktan ili indirektan način imaju potrebe za strateškim odlukama iz oblasti upravljanja portfoliom proizvoda, razvoja novih proizvoda, razvoja i građenja brendova, inovacija, komunikacija itd.

Teme:

- Arhitektura brenda
- sinergije brendova

- masterbrend, podbrend, ekstenzija
- tipovi arhitekture brenda
- brend ego trip
- Proširivanje/„rastezanje“ brendova
 - vrste „rastezanja“ brenda - ekstenzija
 - pravci „rastezanja“ brenda
 - Tipologija brendova sa aspekta potencijala za proširenje
 - Ekstenzija vs podbrend vs novi brend
- Percepcija ekstenzija brenda
 - Proces evaluacije
 - Transfer vrednosti - fit
 - Problem prevelikog izbora
 - Problem neuporedivih alternativa
- Pozicioniranje i komunikacija ekstenzija
 - Pozicioniranje ekstenzija u odnosu na masterbrend
 - Komunikacione strategije i principi

Šifra: BrandExt719

Termini: 1)30.01.2023. 2)28.08.2023.

Broj sati: 6



STRATEŠKO POZICIONIRANJE BRENDVA

Strateška pozicija brenda je specifično mesto koje on zauzima u percepciji potrošača, teritorija koja pripada samo njemu, set vrednosti, karakteristika, ideja koje su za njega jedinstvene. Ona nije nešto što se samo zauzima, već se kao i svaki emotivni odnos, gradi, razvija te je zato od suštinske važnosti odrediti pravu poziciju koju želimo da zauzmemo, i što je možda i važnije, koju možemo na uverljiv način da izgradimo i održimo.

Ciljna grupa:

Poslovni ljudi koji se direktno ili indirektno imaju dodira ili potrebu za razumevanjem procesa građenja brendova, marketinških komunikacija, koji se u svom poslovanju susreću sa strateškim odlukama vezanim za razvoj novih proizvoda, usluga i njihovo lansiranje na tržište.

Teme:

1. Određivanje pozicije brenda

- Ciljne grupe
 - Segmenti
 - Insajti
 - Tačka pariteta vs tačka diferencijacije (POP vs POD)
 - Obećanje brenda
 - Reason to believe
 - Esencija, svrha brenda, positioning statement, manifesto, brand story
 - Korisni alati
 - 2. Proces pozicioniranja brenda
 - istraživanje
 - analiza
 - pozicija
 - komunikacija
 - Istraživanje
 - 3. Repozicioniranje brendova
- Šifra: PozicBrend146
- Termini: 1)16.03.2023. 2)11.09.2023.
- Broj sati: 6



DRUŠTVENE MREŽE, POZICIONIRANJE KOMPANIJE I BRENDVA - PREDNOSTI I MANE

Ciljna grupa:

Zaposleni koji se bave marketingom i komunikacijama u okviru malih i srednjih kompanija, vladinih i nevladinih organizacija, zaposleni u sektorima marketinga, odnosa s javnošću ili korporativnih komunikacija srednjih i velikih/multinacionalnih kompanija, preduzetnici i vlasnici sopstvenih biznisa.

Cilj treninga:

Upoznavanje učesnika sa digitalnim marketingom, vrstama digitalnog marketinga i marketingom društvenih medija. Marketing društvenih medija analiziraće se kroz sve najznačajnije medije koje brendovi koriste, objasniće se prednosti i mane svakog medija u zavisnosti od vrste proizvoda/usluge koji se komunicira, kako bi se učesnici osposobili da aktivno i što samostalnije

učestvuju u kreiranju strategije nastupa na društvenim medijima svojih kompanija ili kompanija/organizacija u kojima rade.

Teme:

- Savremeni trendovi marketinga – tranzicija tradicionalnog u digitalni marketing
- Koncept i vrste digitalnog marketinga
- Social media marketing – elementi, stepen razvoja globalno i lokalno
- Pregled i analiza društvenih medija – koncept, sadržaj, oglašavanje i uticaj
- Uspešni globalni i lokalni primeri social media kampanja
- Kreiranje sadržaja za društvene medije za proizvode/usluge iz različitih industrija

Šifra: DIGKOMDM151

Termini: Za više informacija o terminu treninga molimo da nas kontaktirate

Broj sati: 6



NAGRADA ZA LOJALNOST – BESPLATAN IN-HOUSE TRENING

MNG Centar ceni i neguje lojalnost! Zato Vam na svakih potrošenih 1.200.000,00 dinara na usluge MNG Centra u roku od 365 dana, poklanjamo besplatan in-house trening dan u trajanju od 6 školskih časova. Kontaktirajte nas za više informacija!

KREIRANJE EFEKTNE PREZENTACIJE

Naučite kako da, uz malo znanja, kreativnosti, svaki sadržaj učinite lakšim za praćenje, preglednijim, jasnijim, atraktivnijim, da „upakujete“ svaku bitnu poruku tako da dođe do izražaja i da nikome u publici ne promakne poenta koju želite da napravite.

Na treningu ćete biti u prilici da kroz praktične primere i simulaciju realnih situacija savladate veštine atraktivnog prezentovanja i prezentujete na visokom i profesionalnom nivou.

Ciljna grupa:

Svi oni koji se u poslu sreću sa kreiranjem prezentacija, u bilo kojoj oblasti, tj. oni koji žele da ostvare bolje rezultate u prezentovanju.

Temе:

- Struktura sadržaja
- Operativni okviri (vreme, publika, tehničke mogućnosti itd)
- Rad sa osnovnim elementima:
 - Tekst
 - Grafika
 - Imidži
 - Animacija
- Kompozicija - balansiranje elemenata, opcija i efekata
- Izvori – slike, video

Šifra: AktPrezent

Termini: 1)22.05.2023. 2)23.10.2023.

Broj sati: 6

SERTIFIKATNI PROGRAMI

SPECIJALISTA ZA DIGITALNI MARKETING

Ovaj Program je kreiran sa ciljem da Vam pomogne da razvijete ili usavršite postojeći nivo kompetencija za efikasno obavljanje poslova u oblasti digitalnog marketinga.

Na obuci za Specijalistu za digitalni marketing ćete biti u prilici da savladate digitalni marketing kroz glavne principe pozicioniranja brenda, uređenja website-a, SEO (Search Engine Optimization), Google Ads-a, Google Analytics-a, Email marketinga, Copywritinga i socijalnih mreža. Od trenera iz prakse i kroz praktičan rad u maloj grupi polaznika naučićete kako da sa vrhunskim rezultatima koristite različite kanale marketinga. Na osnovu stečenog znanja moći ćete samostalno da dizajnirate različite marketing strategije i bićete sposobni da upravljajte timom profesionalaca iz digitalnog marketinga – uključujući i samu kompaniju i spoljne saradnike.

Svaki od modula obuke se sastoji od velikog broja primera iz prakse i studija slučaja najuspešnijih svetskih kompanija. Nakon svakog modula, polaznici će dobiti radne zadatke (Assignment-e) kroz koje će primeniti znanje stečeno na svakom od modula.

Obuka se sastoji od 10 modula nakon kojih sledi sertifikacija. Kandidati koji uspešno prođu kroz proces sertifikacije stiču MNG ProCert kvalifikaciju: Specijalista za digitalni marketing

Moduli:

- Modul I: Uvod u marketing i digitalni marketing
- Modul II: Branding koncepti
- Modul III: Website kao sredstvo u marketingu
- Modul IV: SEO (Search Engine Optimization)
- Modul V: E-commerce
- Modul VI: Google Ads
- Modul VII: Google Analytics (Digitalna analitika)
- Modul VIII: Osnove Email marketinga
- Modul IX: Copywriting
- Modul X: Marketing na društvenim mrežama

Šifra: PrimenjMark765

Termini: 1)27.05-24.06.2023.

Broj sati: 48



PRODAJA

NAPOMENA: Obuke je moguće pratiti na dva načina: Online uživo i Face-to-face uživo

PSIHOLOGIJA PRODAJE

Naučite kako da bolje razumete Vaše kupce i način na koji oni donose odluke o kupovini. Da li želite da lakše sarađujete sa svim tipovima ljudi, a ne samo sa onima koji su Vama slični? Svi to želimo.

Čak i ako mislite da niste rođeni prodavac na ovom treningu ćete biti u prilici da steknete, uvežbate, razvijete i usavršite prodajne veštine.

Teme:

- Psihologija i prodaja

- Ekonomija ponašanja
- Kako kupci donose odluke u vezi kupovine
- Kako uticati na donošenje odluke kupaca
- 6 principa uticaja i njihova primena u prodaji

Po završetku seminara, polaznici će biti osposobljeni da:

- primene veštine i znanja kako bi prilagodili strategiju u cilju prodaje kvalitetnijih i skupljih proizvoda i usluga;
- razumeju značaj ključnih principa uticaja za efikasno povezivanje sa kupcima i kreiranje odnosa razumevanja i poverenja.

Šifra: PSIHDOBPROD173

Termini: 1)21.02.2023. 2)12.06.2023. 3)12.10.2023.

Broj sati: 8



KAMELEON U PRODAJI: KAKO PRODAVATI RAZLIČITIM TIPOVIMA LIČNOSTI?

- Ako želite da naučite koji tipovi ličnosti postoje,
- Ako želite da naučite kako da prepoznate svaki tip ličnosti,
- Ako želite da naučite kako da sa njima uspostavite kvalitetnu komunikaciju,
- Ako želite da naučite koji prodajni pristup je pogodan za različite tipove ličnosti,
- I ako želite da testirate sebe i saznate koji tip ličnosti ste vi.

Onda je ovaj trening pravi trening za vas.

Ovaj trening od vas neće napraviti psihologa, ali će vam omogućiti da bolje razumete vaše kupce, da im se adekvatnije prilagodite i da imate sa njima kvalitetniju prodajnu komunikaciju. Bilo

šta da prodajemo, poznavanje ljudske psihe i načina na koje ona funkcioniše nam može biti od velike pomoći. Ljudska psiha funkcioniše u skladu sa određenim pravilnostima i ako ih poznajemo možemo to znanje iskoristiti da bismo imali bolje i produktivnije odnose sa kupcima.

Teme:

- Testiranje DISC testom
- Analiza rezultata testa
- Upoznavanje sa četiri tipa ličnosti
- Kako proceniti različite tipove ličnosti
- Kako prodavati različitim tipovima ličnosti
- Veština prilagođavanja različitim tipovima ličnosti

Šifra: PSIHPROD2789

Termini: 1)16.03.2023. 2)01.11.2023.

Broj sati: 6



EMOCIONALNA INTELIGENCIJA U PRODAJI

Na ovom veoma interaktivnom treningu polaznici će se pre svega baviti sobom, ali i ključnim aspektima koji su presudni za povezivanje sa kupcima:

- Uz pomoć psiholoških testova i vežbi će još bolje upoznati sebe
- Uz pomoć konkretnih tehnika i strategija će moći da unaprede sopstvenu emocionalnu inteligenciju
- Uz pomoć interaktivnih vežbi će testirati svoju zonu komfora i proceniti svoje potrebe za dodatnim profesionalnim, ali i ličnim razvojem

Teme:

- Emocionalna inteligencija i njen značaj za uspeh u prodaji
- Samosvesnost
- Upravljanje emocijama: kako kontrolisati negativne emocije
- Empatija: veština povezivanja sa kupcima
- Uticaj na sebe: samopouzdanje, optimizam i istrajnost

Šifra: EMOCINTPROD

Termini: 1)13.04.2023. 2)31.08.2023.

Broj sati: 8



SPIN TEHNIKA U PRODAJI

SPIN tehnika prodaje je bazirana na logičnom sledu postavljanja pitanja i pomera fokus prodavaca od usmerenosti na proizvod, ka usmerenosti na rešavanje problema kupaca. Samim tim, prodavci koji koriste ovu tehniku imaju mnogo manje prigovora od strane kupaca i sam prodajni razgovor ima prirodni i neusiljeni tok.

Na ovom treningu ćete naučiti sledeće:

- Kada je pravo vreme da počete sa prezentacijom vašeg proizvoda/usluge?
- Koje su razlike između onoga što samo izgleda kao potreba i prave potrebe za kupovinom?
- Koja su pitanja koja pojačavaju svesnost o potrebi za kupovinom?
- Koja su pitanja koja pojačavaju želju za kupovinom
- Koji je efikasan pristup u procesu prodaje novih proizvoda i usluga

Teme:

- Uvod u SPIN tehniku prodaje
- Faze SPIN prodaje (situacija, problem, posledice i koristi)
- Sled postavljanja pitanja u SPIN prodaji
- Kako otkriti i razviti prave potrebe kupaca za kupovinom
- Kako ispravno prezentovati ono što nudimo
- Kako prezentovati nove proizvode

Šifra: SPINTEHN185

Termini: 1)02.03.2023. 2)19.09.2023.

Broj sati: 8



8 KORAKA PRODAJNE POSETE

U toku prodaje prodavci imaju često probleme u:

- komunikaciji sa kupcima,
- rešavanju njihovih prigovora,
- saznanju o potrebama kupaca i sl.

Ovaj trening će polaznicima omogućiti da na najlakši ali i najproduktivniji način reše sve probleme i izazove koji ih očekuju u toku prodaje.

Trening ima za cilj da polaznici uspešno povećaju prodaju što im i jeste osnovni cilj, kao da razviju odličnu poslovnu saradnju sa svojim kupcima na obostrano zadovoljstvo.

Teme:

- Planiranje pre i posle posete objektu (predstavljanje ciljeva)
- Predstavljanje kupcu na pravi način, prepoznatljiviji u odnosu na druge učesnike u prodaji
- Provera objekta i mogućnosti (sagledavanje zaliha i mogućnosti prodaje)
- Merchandising (osnovni principi)
- Revizija plana
- Prodajni prelog
- Zaključenje prodaje
- Evaluacija i administracija

Šifra: PRODPOSET801

Termini: 1)08.06.2023. 2)04.12.2023.

Broj sati: 3



MERCHANDISING

Merchandising proces je krupan korak između proizvodnje potrošačkog marketinga. To je mesto gde potrošač susreće proizvod na mestu prodaje i donosi odluku: Kupiti proizvod ili ga proći?

Njegov osnovni cilj jeste da što više približi proizvod kupcu i ostvari najbolju prostornu poziciju proizvoda koja dovodi do maksimizacije prodaje. Merchandising je komunikacija!

Tokom ovog treninga ćemo dati odgovore na sledeća pitanja:

- Šta je to merchandising?
- Šta merchandising u radnji može da uradi za kupca?
- Šta je to prodajni layout i kako on utiče na potrošača?
- Kakvi su to faktori dizajna koji utiču na kupovinu?
- Kako da ulovite potrošačevu pažnju?
- Šta je to komunikacija čulima?
- Kako da učinite kupovinu nezaboravnom i zabavnom?
- Kako je prodaja uslovljena strategijskim postavljanjem robe na određena mesta?
- Koji su to osnovni principi merchandisinga?
- Koja su to pravila ponašanja i obaveze merchandisera?
- Šta je to primarno i sekundarno pozicioniranje?

Šifra: MERCHPOTROS176

Termini: 1)25.01.2023. 2)04.12.2023.

Broj sati: 4



TELEFONSKA PRODAJA I RAD U CALL CENTRU

Ciljna grupa:

- Niži ili srednji nivo menadžmenta iz oblasti prodaje i marketinga
- Osobe koje rade ili upravljaju call centrom i/ili telefonskom prodajom
- Svi koji žele da usavrše prodaju putem telefona i da nadograđuju svoje znanje iz oblasti prodaje
- Svi oni koji su u svom radu usmereni na plasiranje robe i žele da nauče nešto više o telefonskoj prodaji i njenim strategijama
- Perspektivni profesionalci koji žele da napreduju

Cilj treninga:

Povećati efikasnost i produktivnost zaposlenih u call centru ili u prodaji putem telefona, tako što će se savladati tehnike prodaje i efikasne podrške klijentu.

Teme:

- Šta je telefonska prodaja i call centar?

- Osnovne veštine za rad u call centru i telefonskoj prodaji
- Vrste komunikacije u call centru
- Priroda telefonske komunikacije i aktivno slušanje
- Telefonska etiketija
- Upravljanje vremenom i efikasno izvršavanje zadataka
- Efikasna komunikacija telefonom i upotreba e-maila
- Efikasno korišćenje telefona
- Podrška klijentu putem telefona/dolazni pozivi i osnovne tehnike
- Krizno komuniciranje i osnove pregovaranja (neutralizovanje primedbi i tipovi teških ljudi)
- Produktivna telefonska prodaja /dolazni pozivi
- Koraci uspešne telefonske prodaje
- "Hladni poziv" – prvi kontakt
- Faze prodajnog razgovora
- "Čuvari vrata" – barijere prilikom probijanja do donosioca odluke
- Kako povećati profit bez novih kupaca
- Najčešće greške u telefonskoj prodaji

Šifra: TELPRODCALL690

Termini: 1)11.02.2023. 2)09.09.2023.

Broj sati: 6



Neodoljiva ponuda!
UČITE VIŠE – ŠTEDITE VIŠE
MNG Centar širi kulturu učenja! Zato smo
obezbedili mnogobrojne popuste!

GOOGLE ADS PLATFORMA U PRODAJI

U Srbiji 46% kupaca osiguranja za kuću istražuje tržište online, 26% kupaca računara kupuje računare ili računarsku opermu online, dok čak 89% kupaca malih električnih aparata radi istraživanje online pre nego što se odluči za kupovinu. Gotovo neizostavni deo procesa online istraživanja čini pretraga na Google pretraživaču. Pitanje koje se postavlja – kako doći do onih koji istražuju / kupuju online?

Ciljna grupa:

Planeri oglasnih kampanja i marketing menadžeri, kao i svi koji žele da razumeju koncept oglašavanja na pretraživaču.

Cilj treninga:

Obučiti polaznike da samostalno pokrenu i vode svoje Google Ads oglase na Google pretraživaču.

Teme:

- Značaj pozicioniranja na Google pretraživaču
- Prirodna i plaćena pretraga
- Tipovi i pozicije oglasa
- Parametri kampanje
- Struktura kampanje
- Pisanje oglasa
- Odabir ključnih reči
- Rangiranje oglasa
- Postavljanje cilja kampanje
- Merenje i optimizacija

Šifra: GOOGADWO186

Termini: 1)03.04.2023. 2)23.10.2023.

Broj sati: 6



BRINEMO O VAMA!

Bezbedni uslovi za održavanje treninga

- Online uživo ili Face-to-face-uživo-



- Besplatne slušalice za svakog učesnika;
- Štampani materijal šaljemo pre treninga;
 - Profesionalni omnidirekcionni mikrofoni;
- Najbolja videokonferencing kamera (4K, 8mpx);
- Poseban monitor za komunikaciju sa online učesnicima;
 - Sve online platforme u skladu sa Vašim potrebama (Zoom, MS Teams)

- Velike sale od 80m2 i 50 m2
- Udaljenost od ostalih učesnika više od 2,5m
- Poseban sto za svakog učesnika (160x50cm)
- Prečišćivači koji ubijaju sve viruse
- Maska i lične bočice alkohola za svakog učesnika

NE MOŽETE DA PRONAĐETE ODGOVARAJUĆI TRENING?

Kontaktirajte putem telefona ili email adrese i rado ćemo Vam pomoći u izboru pravog treninga za Vas.