

ETC 마케팅 전문가 과정 III

성장 기회를 구현하는 Marketing Planning

2019. 11. 12 (TUE) 1st day Program Agenda

10:00-11:00 | Opening Lecture

성장과 발전을 만들어내는 Marketing Planning의 특징

11:00-13:00 | PART1. Marketing Planning의 Template 구성

[Case study 1] 단백질 보충제

Lecture1. 무엇이 효과적인 Marketing Planning Templates 인가?
(Workshop) Marketing Planning을 위한 효과적인 Template 구성
- 사례를 읽고 효과적인 Template을 브레인 스토밍하기

13:00-14:00 | LUNCH

14:00-17:30 | PART2. 의약품 Marketing Planning Exercise

[Case study 2] 가상 제품 X

Lecture2. 성장 기회를 찾는 원칙 학습 Refresh
(Workshop) 시장 분석과 기회요인을 바탕으로 STP 전략 수립 - 시장 분석 후 SWOT 도출: 기회 요인 도출

2019. 11. 13 (WED) 2nd day Program Agenda

10:00-13:00 | Day1 Debrief & PART2. 의약품 Marketing Planning Exercise

[Case study 2] 가상 제품 X

Lecture3. Segmentation & Targeting 전략, 어떻게 세울 것인가?
(Workshop 1.) 시장 분석과 기회 요인을 바탕으로 STP 전략 수립
- Segmentation & Targeting 전략
- Positioning & Differentiation 전략

13:00-14:00 | LUNCH

14:00-17:00 | (Workshop 2.) 실행 계획 수립 - Business Objective를 달성하기 위한 Strategy & Action plan 수립
▶ Key player objective 세팅
▶ Action plan: 1. Evidence-based marketing program / activity
2. MR의 실행력을 높일 수 있는 field focused program

Lecture4. 실행 모니터링 Tips

17:00-17:30 | Closing Lecture

성장 기회를 구현하는 Marketing planning process & Template 요약