

营销管理模拟

Cesim Simbrand营销管理模拟课程培养了参与者理解并掌握整体营销概念和为客户创造价值、沟通价值和传递价值的过程



特点

该模拟由两个区域市场，八个目标用户群组成。为了鼓励参与者创造独特的营销战略，在CESIM SIMBRAND中参与者将从一家新成立的公司开始运营。

通过课程所提供的决策制定工具，参与者将尝试不同的公司营销运作方案，从而得以分析自己的方案所带来的财务结果和公司状况。与此同时，模拟课程将生成一系列报告，有利于参与者分析或参照自己与竞争对手的运营状况。



参与者任务

在整个决策过程中，最具有挑战性的决策是针对不同客户群体的特点和喜好，在公司众多的产品中，选择不同的产品，为特定的客户群提供保质保量的营销方案。



主要学习领域

该模拟涵盖的营销话题有：细分用户群、产品定位、销售渠道、投资、广告预算分配、售后服务、定价、销售预测、市场调研、竞争对手分析、研发以及公司盈利性。



成功因素

CESIM SIMBRAND的基本点在于以高速发展的智能电话行业为背景，其短暂的产品生命周期和快速研发是公司发展的源动力。公司的核心发展力、及时与适时地产品研发，细分用户群、产品定位与营销方式是成功的主要因素。



课程所得

通过模拟课程的练习，参与者能够更好地整合营销决策过程中的各部分，并明白其中相互关联的关系。同时，参与者对营销决策对于公司整体盈利性

的影响有更好的理解。当然，参与者将得到难以用价值来衡量的团队合作经验和问题解决经验。



提供语言

英语、中文、法语、丹麦语、意大利语、匈牙利语、立陶宛语、葡萄牙语、俄语、土耳其语和西班牙语等16种语言。

