

## BALIO DIFERENTZIALAREN PROPOSAMENA ETA BEZEROAK ERAKARTZEA

EMAN IZENA



<b>DATA ETA ORDUTEGIA</b>	Osteguna, maiatzak 22. 9:30etatik 13:30etara.
<b>FORMATUA</b>	Aurrez aurrekoa.
<b>LEKUA</b>	BAT Dorrea. Kale Nagusia, 1, Bilbao, Bizkaia.
<b>IRAUPENA</b>	4 ordu .
<b>PLAZAK</b>	30
<b>NORENTZAT</b>	10 langiletik gorako enpresa txiki eta ertainentzat soilik: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezeroen beharretara egokitzea bilatzen dutenak.</li> <li>• ETEetako Zuzendaritza-, Marketin- eta Salmenta-karguak</li> </ul> <p>*Gehienez bi pertsona enpresa bakoitzeko.</p>

### IKASKUNTZA HELBURUAK

- Posizionamendu eta erakartze komertzialerako balio diferentzialeko proposamen bat definitzea, enpresaren estrategiarekin lerrokatuta.

### PRESTAKUNTZAREN EDUKIA

- Produktuaren edo enpresaren indarguneak identifikatzea.
- Lehiakideekiko balio diferentziala aztertzea.
- Marka-estrategia: marka-egiak eta marka-esperientzia.
- Komunikazio-planaren gakoak.
- Komunikazio-planaren onurak.
- Nola komunikatu salmentan: Argumentario komertzialak
- Merkataritza-gurpila.
- Eredu komertzial hibridoa: tradizionala eta digitala.

### NOREKIN



**ELEN ORCOLAGA**  
Eurogap-eko  
aholkularitza-zuzendaria

Bere esperientzia profesionala % 100ean merkatura bideratuta dago, bezeroekiko eta kontsumitzaileekiko sentsibilitate handiarekin, eta enpresen balioa eta negozioa sortzeko ikuspegi argiarekin, marken eta produktuen hausnarketatik, merkatura iristetik eta komunikaziotik abiatuta. Enpresen Admi-nistrazio eta Zuzendaritzan lizentziaduna Deustuko Unibertsitatean, Marketinean masterra eta eskaeran oinarritutako Merkataritza-estrategien Berrikuntzako graduondoko masterra Georgia Tech University Atlanta AEBn.