

EĞİTİM ADI:

Kurumsal Marka ve İmaj Yönetimi

EĞİTİM TANITIMI VE AMACI:

Günümüzde artık ne ürettiğiniz kadar; markanızın piyasaya ne sunduğu önem kazanmış durumda. Yani diğer bir deyişle >> markanızın “müşteri tarafındaki karşılığının” ve “marka algısının” önemi >> ne ürettiğiniz veya ne kalitede ürettiğiniz ile yarışır hale gelmiş durumda.. Üstelik bu önem >> sektör bağımsız olarak >> istisnasız tüm sektörler için geçerli durumda..

Giderek dijitalleşen ve dolayısıyla müşteri tarafından da şeffaflıkla izlenen firmaların sundukları güven endeksi, bunun sürdürülebilirliği, hata yapmamak, güveni sarsmamak ve marka vaadini gerçeklik ile ilişkilendirmek son derece önem kazanmış durumda.. Bu aynı zamanda bir kritik başarı faktörü haline gelmiş durumda.. Müşteri memnuniyetinden ziyade >> müşteri deneyimi bütünlüğü bir unsur olarak >> marka değerine ve marka sürdürülebilirliğine katkı sağlamakta.. Bu bağlamda Markayı ve İmajını bir bütün olarak yönetmek zorlaşmakta ve firmaları daha nitelikli iş sonuçları üretmek hususunda >> itirici bir kuvvet gibi çalışmakta.. Tüm bu perspektif ışığında >> bu eğitim ile birlikte “Bütünsel Marka Yönetimi” konseptinde >> bakış açılarına fark katmak ve farkındalığı arttırmak suretiyle >> değişen iş dünyasında markayı “var etmek” ve marka değerinin nasıl devamlı olarak arttırılabileceği konuları anlatılacaktır.

EĞİTİM İÇERİĞİ:

Bölüm 1 – Marka, Markalaşma ve Marka Bilinci Oluşturma

- Markalaşma Nedir
- Marka Neler İçermelidir, Marka Oluşturmada Temel Prensipler
- Marka Bilinci Oluşturmada Yapılan Hatalar
- Güçlü Referanslar Oluşturma
- Hedef Kitlenin Doğru Oluşturulması

Bölüm 2 – Marka ve Sosyal Medya

- Marka ve Sosyal Medya İlişkisi
- İşin Şekline Göre Sosyal Medya Yönetimindeki İncelikler
- Yüksek Etkileşimli İçerikler İle Doğru Hedef Kitleye ve Daha Çok Kişiye Ulaşmak
- Yatırımsız Bir Marka Değeri Aracı: Sosyal Medyada İçerik Üretimi
- Sosyal Zeka & Sosyal Medya İlişkisi
- Sosyal Medyanın Potansiyelini Keşfetmek

Bölüm 3 – Marka ve Algı

- Markanın Tüketici Kanadındaki Karşılığı
- Renkler ve Verdiği Mesajlar
- Logo Oluşturulmasında ve Logo Seçiminde / Güncellenmesindeki Kritikler
- Logonun ve Kurumun Hikayesinin Birleştirilmesi

Bölüm 4 – Kurumsal İmaj

- Kurumsal İmaj Nedir
- Marka Vaadini Gerçekleştirmek İçin >> Marka Vaadi ile Gerçeklik Arasında Güçlü Bir Bağ Kurmak
- Ticari Düşünen Çalışan Oranını Arttırmak
- Markayı Doğru Temsil Etmek
- Maliyet – Kalite - Müşteri Deneyimi - Müşteri Aidiyeti Perspektifinde >> Sürdürülebilir Yüksek İmaj
- Çalışan İmajı ve Kurum İmajı Eşleşmesi
- Kurumsal Sosyolojiyi İyi Anlamak ve Markanın İmajına Katkı Sağlamak
- Kurum Kültürünün Kurum İmajına Etkisi

Bölüm 5 – Marka Değerini Arttırmak ve Sürdürülebilirlik

- Marka Değeri Nedir
- Markanın Gelecekteki Değerini Belirleyen Faktörler

- Kurumsallığın Tanımı ve Kurumsal Olmayan Yapıların Marka Değeri Oluşturmadaki Zorlukları
- Ticari Düşünebilen Çalışanları Ayırt Etme ve Şirket İçinde Konumlandırma
- Doğru Sosyo-Ekonomik Sınıflara Ulaşma
- İnovasyon Kültürü ve İnovasyona Geniş Perspektiften Bakış
- Markanın Şirket Ömrüne Etkisi
- Yeni Nesillerin Planlama Aşamasında Marka ve İmaja Adaptasyonu
- Kazanımların Maddi ve Gayrimaddi Olarak Sürdürülebilir Kılınması

Eğitim Süresi : 6 x 50 dk (5 defa ara mola 10 dk) >> Toplam 6 saat

Eğitmen : Onur Önel | Eğitmen (Yönetim ve İletişim) - Yazar - Danışman - Konuşmacı

Eğitim Sonrası: Tüm katılımcılara sertifika verilecektir.

Önel Kurumsal Çözümler Şti'nin referansları:

- Koç Holding / Tüpraş A.Ş. / Körfez Ulaştırma A.Ş Genel Müdürlüğü (yeni sezonda tekrar çalışılacak)
- Alarko Holding Genel Müdürlüğü / İstanbul (2 kere eğitim verildi- yeni sezonda tekrar çalışılacak)
- Hyundai Türkiye A.Ş. / İzmit-Kocaeli
- İstanbul Anadolu Yakası Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü
- Visiott İzlenebilirlik Çözümleri A.Ş / Ankara
- Herkim Group A.Ş. / İstanbul
- Asis Elektronik ve Bilişim Sistemleri A.Ş. / Ankara
- Fiat Yetkili Bayisi / Umur Teknik / Mardin
- Seçkin Makine Ltd.Şti / Ankara
- ADDS - Ankara Dişli Sanayi A.Ş / Ankara
- HST Otomotiv A.Ş / Ankara
- Döveç Construction / K.K.T.C.
- Noyanlar Construction Group / K.K.T.C.
- Mertoğlu Şehir Mobilyaları A.Ş. / Ankara
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı - Coğrafi Bilgi Sistemleri Genel Müdürlüğü
- Arel Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, K.K.T.C Doğu Akdeniz Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, İstanbul Kültür Üniversitesi
- Oniki.net, 5.000 kişilik buluşma – Konuşmacı / İstanbul
- İnegöl Mobilyacılar Pazarlama Birliği / Bursa
- Atema Ltd (Iscar Türkiye İş Ortağı) / Ankara
- Corpital Yönetim Danışmanlığı / İzmir

Not: Referanslar iş ortaklığı kapsamında değil >> bizzat Önel Kurumsal Çözümler Şti'ye aittir.

Hedef Kitle : “Sorumlu/Uzman” seviyesinden başlayarak >> Üst Yönetim Seviyesi