

Tentang CareerTrack-Training

CareerTrack Training dan BeProfessionalTheClub adalah divisi pelatihan manajemen dari PT.Proesdeem Indonesia—lembaga konsultan manajemen yang sejak tahun 1995 memfokuskan kegiatannya pada penyelenggaraan pelatihan profesional. Pelatihan yang diselenggarakan oleh CareerTrack Training dan BeProfessionalTheClub senantiasa memadukan aktualitas dan kualitas kurikulum (modul) pelatihan, pelayanan yang prima, dan kapabilitas instruktur.

Pelatihan yang diselenggarakan oleh CareerTrack dan BePRO senantiasa mengacu pada perkembangan mutakhir dalam pengelolaan perusahaan yang saat ini berorientasi kepada terciptanya *good corporate governance*.

CareerTrack dan BePRO sejak berdiri tahun 1995 senantiasa berusaha mempertahankan kualitas professional training yang tinggi dengan menerapkan adanya check dan control, sehingga professional training yang diselenggarakan dapat

- menjawab kebutuhan para peserta secara komprehensif dan dengan pendekatan aplikatif
- memfokuskan terhadap solusi yang spesifik dan relevan terhadap perkembangan terkini
- memberikan aspek teknik dan aplikatif yang dibawakan oleh para instruktur yang mumpuni
- memfasilitasi kebutuhan soft skill dalam pengembangan karir dan bisnis

Melalui professional training, CareerTrack dan BePRO dapat membantu perusahaan yang ingin berkembang ataupun memperkuat posisi strategisnya dengan memberikan expertis yang dapat meningkatkan kemampuan dalam

- Mengelola prioritas secara efektif
- Membangun budaya kerja yang produktif
- Meningkatkan job value
- Menyelaraskan kemampuan dengan perkembangan serta kebutuhan terkini
- Menciptakan proses, dan professional terbaik bagi perusahaan.

Web Service Links:

www.BePRO-seminar.com
www.LPAuditorInternal.org
www.theITMP.com
www.PROESDEEM.com

Marketing Plan: A Comprehensive Guide for Professionals



Menyajikan proses penyusunan marketing plan secara komprehensif dan sistematis

Siapa yang Seharusnya Hadir

Praktisi pemasaran, produksi, dan staf professional perusahaan lainnya yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung dalam perencanaan pemasaran produk perusahaan.

Apa Manfaat yang akan Anda Peroleh:

- Memberikan wawasan baru bagi peserta dalam menyusun perencanaan pemasaran secara komprehensif
- Meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat rencana pemasaran yang terintegrasi dengan strategic goal perusahaan
- Menyajikan secara sistematis

Apa yang akan Anda Pelajari:

- I. Executive Summary
- II. The Challenge
Brief description of product to be marketed and associated goals, such as sales figures and strategic goals.
- III. Situation Analysis
 - Company Analysis
 - Customer Analysis
 - Competitor Analysis
 - Collaborators
 - Climate
 - Macro-environmental PEST analysis :
 - * Political and legal environment
 - * Economic environment
 - * Social and cultural environment
 - * Technological environment
 - SWOT Analysis
A SWOT analysis of the business environment can be performed by organizing the environmental factors as follows:
 - * The firm's internal attributes can be classed as strengths and weaknesses.
 - * The external environment presents opportunities and threats.
- IV. Market Segmentation
Present a description of the market segmentation as follows:
 - * Description
 - * Percent of sales
 - * What they want
 - * How they use product
 - * Support requirements
 - * How to reach them
 - * Price sensitivity

V. Alternative Marketing Strategies

List and discuss the alternatives that were considered before arriving at the recommended strategy. Alternatives might include discontinuing a product, re-branding, positioning as a premium or value product, etc.

VI. Selected Marketing Strategy

Discuss why the strategy was selected, then the marketing mix decisions (4 P's) of product, price, place (distribution), and promotion.

Product

The product decisions should consider the product's advantages and how they will be leveraged. Product decisions should include:

- * Brand name
- * Quality
- * Scope of product line
- * Warranty
- * Packaging

Price

Discuss pricing strategy, expected volume, and decisions for the following pricing variables:

- * List price
- * Discounts
- * Bundling
- * Payment terms and financing options
- * Leasing options

Place (Distribution)

Decision variables include:

- * Distribution channels, such as direct, retail, distributors & intermediates
- * Motivating the channel - for example, distributor margins
- * Criteria for evaluating distributors
- * Locations
- * Logistics, including transportation, warehousing, and order fulfillment

Promotion

- * Advertising, including how much and which media.
- * Public relations
- * Promotional programs
- * Budget; determine break-even point for any additional spending
- * Projected results of the promotional programs

VII. Short & Long-Term Projections

The selected strategy's immediate effects, expected long-term results, and any special actions required to achieve them. This section may include forecasts of revenues and expenses as well as the results of a break-even analysis.

VIII. Conclusion

Jadwal Anda	IDR (000)
February 23-24, 2012 Bandung	2.950
April 05-06, 2012 Jakarta	2.950
June 19-20, 2012 Jakarta	2.950
August 27-28, 2012 Bandung	2.950
October 23-24, 2012 Jakarta	2.950
December 03-04, 2012 Jakarta	2.950

• Biaya tidak termasuk pajak (PPN & PPh), akomodasi dan transportasi

Ketentuan Lokasi & Pelaksanaan

Jakarta: Patra Office Tower#1710 atau Hotel Puri Denpasar/Peninsula/Ibis Slipi/Century/ atau hotel lainnya yang akan dikonfirmasi melalui undangan seminar.

Bandung: Hotel Golden Flower, Grand Seriti, atau hotel lainnya yang akan dikonfirmasi melalui undangan seminar.

Jumlah peserta minimal untuk pelaksanaan di Bali 8(delapan) orang, Bandung 5(lima) orang, Jakarta 3(tiga) orang sesuai konfirmasi yang kami terima seminggu sebelum pelaksanaan. Dalam hal jumlah peserta kurang dari ketentuan minimal tersebut maka keputusan pelaksanaannya dapat dibicarakan kedua belah pihak untuk mendapatkan solusi terbaik.

Bila Anda menginginkan jadwal dan lokasi yang berbeda dengan yang telah ditentukan di atas silahkan hubungi Customer Service kami melalui telepon 021-520-1627, 021-7073-3816 atau email:

careertrack.indonesia@gmail.com