



**MARKA YÖNETİMİ
EĞİTİMİ**
2 Gün



Digital Vizyon
Akademi

www.digitalvizyon.net



Eğitim Hakkında

Marka Yönetimi Eğitimi, katılımcıların kendilerini tanıtmaları ve beklentilerini paylaşmaları ile başlamaktadır. Eğitimci, programın amaçlarını, kapsamını ve hedeflerini açıklamaktadır. Daha sonra, marka oluşturma süreci ele alınmaktadır. Marka kimliği, imajı ve değeri gibi temel kavramlar incelenmektedir. Katılımcılar, marka tescili, isim ve logo geliştirme konularında bilgi edinmektedir. Eğitimci, örnek marka oluşturma çalışmaları paylaşmaktadır. Öğleden önce, marka konumlandırma konusu işlenmektedir. Hedef kitle analizi, rakip marka değerlendirmesi ve farklılaştırıcı özellikler üzerinde durulmaktadır. Katılımcılar, konumlandırma stratejileri oluşturmaktadır. Eğitimci, bu süreçte katılımcılara rehberlik etmektedir. Öğle arası sonrasında, katılımcılar [takım çalışmaları](#) gerçekleştirerek örnek bir marka için oluşturma ve konumlandırma planları geliştirmektedir. Eğitimci, ekiplere destek olmakta ve geribildirim sağlamaktadır. Eğitim günü sonunda, ekipler geliştirdikleri planları sunmakta ve diğer katılımcılarla paylaşmaktadır. Eğitimci ve diğer katılımcılar, sunulan çalışmalara yönelik değerlendirmeler yapmaktadır. Ayrıca, katılımcılar bir sonraki güne yönelik beklentilerini ifade etmektedir.

İkinci gün, marka yönetimi konuları ele alınmaktadır. Eğitim programı, katılımcıların bir önceki günün konularını özetlemesiyle başlamaktadır. Daha sonra, bütünlük marka iletişimi planlaması üzerinde durulmaktadır. İçerik pazarlaması, dijital marka stratejileri gibi konular incelenmektedir. Katılımcılar, farklı iletişim kanallarında etkin marka mesajları oluşturmaktadır. Eğitimci, bu konularda örnekler sunmaktadır. Öğleden önce, marka deneyimi ve müşteri ilişkileri yönetimi ele alınmaktadır. Müşteri sadakati, marka sadık kitlesi oluşturma, marka elçileri gibi unsurlar değerlendirilmektedir. Katılımcılar, müşteri odaklı marka deneyimleri tasarlamaktadır. Eğitimci, geribildirimler sağlamaktadır. Öğle arası sonrasında, marka değeri yönetimi konusu işlenmektedir. [Marka değeri](#)nin korunması, artırılması ve ölçülmesi gibi hususlar incelenmektedir. Katılımcılar, marka değeri geliştirme stratejileri üzerinde çalışmaktadır. Eğitimci, bu konularda öneriler sunmaktadır. Eğitim günü sonunda, katılımcılar edindikleri tüm bilgi ve becerileri bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. Eğitimci, katılımcıların öğrendiklerini pekiştirmekte ve gelecek adımlar hakkında görüş paylaşmaktadır. Ayrıca, katılımcılar eğitim boyunca kazandıkları yetkinlikleri ifade etmektedir.

Bu 2 günlük Marka Yönetimi Eğitimi, katılımcıların marka oluşturma, konumlandırma ve yönetimi konularındaki bilgi ve becerilerini geliştirmelerini sağlamaktadır. Edinilen yetkinlikler, katılımcıların kuruluşlarındaki marka yönetimi rollerini daha etkin bir şekilde üstlenmelerine yardımcı olacaktır.

Neler Öğreneceksiniz

Marka Oluşturma:

- Marka kimliği ve imajının tanımlanması
- Marka değerinin yaratılması ve ölçülmesi



- Marka tescili ve korunması için gerekli adımlar
- Marka ismi, logo ve slogan geliştirilmesi

Marka Konumlandırma:

- Hedef kitle analizinin yapılması
- Rakip markaların incelenmesi
- Farklılaştırıcı marka özelliklerinin belirlenmesi
- Konumlandırma stratejilerinin oluşturulması

Marka Yönetimi:

- Bütünleşik marka iletişiminin planlanması
- İçerik pazarlaması ve dijital marka stratejileri
- Marka deneyimi ve müşteri ilişkilerinin yönetimi
- Marka değerinin korunması ve artırılması

Ön Koşullar

- Katılımcıların pazarlama, marka yönetimi veya iletişim alanlarında çalışması
- Markalaşma konusunda bilgi sahibi olması
- Yaratıcılık ve problem çözme becerilerine sahip olması
- Aktif katılım göstermeye istekli olması

Kimler Katılmalı

- Pazarlama Müdürleri, Marka Yöneticileri
- Reklam ve Halkla İlişkiler Profesyonelleri
- Ürün Yöneticileri, Satış Yöneticileri
- İçerik Üreticileri, Sosyal Medya Uzmanları
- Girişimciler ve Yeni Marka Oluşturanlar
- Markalaşma konusunda kendini geliştirmek isteyen tüm çalışanlar

Outline (2 Günlük Eğitim Programı)

1. Gün:

Giriş ve Tanışma

- Eğitimin Amacı ve İçeriğinin Açıklanması
- Katılımcıların Kendilerini Tanıtması
- Beklentilerin Paylaşılması



Marka Oluşturma

- Marka Kimliği ve İmajının Tanımlanması
- Marka Değerinin Yaratılması ve Ölçülmesi
- Marka Tescili ve Korunması İçin Gerekli Adımlar
- Marka İsmi, Logo ve Sloganın Geliştirilmesi
- Örnek Marka Oluşturma Çalışmalarının İncelenmesi

Marka Konumlandırma

- Hedef Kitle Analizinin Yapılması
- Rakip Markaların Değerlendirilmesi
- Farklılaştırıcı Marka Özelliklerinin Belirlenmesi
- Konumlandırma Stratejilerinin Oluşturulması
- Katılımcıların Örnek Marka Konumlandırma Planları Geliştirmesi

Marka Oluşturma ve Konumlandırma Çalışmaları

- Takım Çalışmaları ile Örnek Marka Geliştirme
- Konumlandırma Planlarının Oluşturulması
- Eğitmenin Rehberliği ve Geribildirim Sağlaması
- Çalışmaların Sunumu ve Değerlendirilmesi

Günün Değerlendirmesi

- Öğrenilenlerin Özetlenmesi
- Diğer Katılımcıların Geribildirimlerinin Alınması
- Bir Sonraki Güne Yönelik Beklentilerin İfade Edilmesi

2. Gün:

Günün Hedeflerinin Açıklanması

- Önceki Günün Konularının Özetlenmesi
- İkinci Günün Amaç ve İçeriğinin Paylaşılması

Bütünleşik Marka İletişimi

- İçerik Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi
- Dijital Marka İletişim Kanallarının Planlanması
- Farklı Mecralarda Etkin Marka Mesajları Oluşturma

Marka Deneyimi ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

- Müşteri Sadakati ve Marka Sadık Kitlesi Oluşturma
- Marka Elçilerinin Belirlenmesi ve Yönetilmesi
- Müşteri Odaklı Marka Deneyimlerinin Tasarlanması



Marka Değeri Yönetimi

- Marka Değerinin Korunması İçin Stratejiler
- Marka Değerinin Artırılmasına Yönelik Uygulamalar
- Marka Değerinin Ölçülmesi ve İzlenmesi

Bütüncül Marka Yönetimi Yaklaşımı

- Edinilen Bilgi ve Becerilerin Entegrasyonu
- Eğitmenin Pekiştirme ve Gelecek Adımlar Önerileri
- Katılımcıların Kazanımlarını İfade Etmesi