|  |  |
| --- | --- |
| English text | Русский текст |
| B2B marketing for impactOver five intensive days, AIMS: Advanced Industrial Marketing Strategy provides business-to-business (B2B) marketing executives with the perfect balance between content and practice – to help them tackle their most pressing challenges.High risk, large transactions, diverse channels, multiple stakeholders, tough negotiations, strategic alliances, intensive relationship building... the challenges of B2B marketing could not be more complex. And they are changing all the time.To meet the complex, rapidly changing demands of the industrial or B2B environment, marketing executives need a thorough understanding of how a range of issues – from segmentation to pricing to customer relationships – interconnect and can increase efficiency and improve performance. **AIMS** is specifically designed to meet the needs of busy B2B marketing executives, each with their own combination of challenges.This programme provides a forum for intense learning and exchange about B2B marketing – offering practical tools for segmentation, pricing, branding and market positioning that can be implemented as soon as you return to work. Participants apply what they learn through our INDUSTRAT simulation.Key Benefits* Gain insight into the management of your product portfolio
* Improve your customer and supplier relationships based on strategic segmentation of marketing actions
* Benchmark and network with others who face similar challenges
* Apply strategic industrial/business-to-business marketing concepts and tool in a no-risk environment, using the programme’s specially designed INDUSTRAT simulation

**IMS: Advanced Industrial Marketing Strategy** will explore the following six themes by covering a mixture of some, or all, of the following topics, in order to tailor the sessions and discussions to the needs of the participant group:* Competitive dynamics and the challenge of differentiation
* Communication in business-to-business marketing
* The challenge of inter-company relationships
* Strategic pricing
* The challenge of creating and sustaining value
* The challenge of implementation

|  |
| --- |
| The INDUSTRAT simulationA significant part of the learning in the programme takes place through the INDUSTRAT simulation. Developed at INSEAD to meet the needs of **AIMS**, INDUSTRAT is updated every year and provides participants with hands-on experience implementing the above marketing concepts and tools where they learn:* By actually using the concepts
* Through feedback and analysis
* In a ‘risk-free’ environment
* As a team and from each other
 |

 | B2B-маркетинг (маркетинг среди организаций) для оказания воздействияВ течение пяти дней интенсивного обучения ПСПМ — Передовой стратегии отраслевого маркетинга — специалистам в области маркетинга среди организаций (B2B-маркетинга) будет обеспечен идеальный баланс между содержанием курса и его практическим применением, что поможет им разрешить их наиболее актуальные проблемы.Совершение крупных рискованных сделок, разнообразие каналов, многочисленность заинтересованных сторон, проведение жестких переговоров, создание стратегических альянсов, выстраивание глубоких отношений ... сложность задач B2B-маркетинга зашкаливает! К тому же, они постоянно меняются.Для того, чтобы специалисты в области маркетинга могли отвечать сложным, быстро меняющимся потребностям отраслевой или межкорпоративной среды, им необходимо глубокое понимание того, как связаны между собой различные вопросы — от сегментирования рынка и ценообразования до взаимоотношений с клиентами — и как можно повысить эффективность и производительность компании путем решения этих вопросов. **ПСПМ** разработана специально для удовлетворения потребностей занятых специалистов по B2B-маркетингу, каждый из которых занимается решением своего собственного круга проблем.Данная программа представляет собой площадку для интенсивного обучения B2B-маркетингу и обмена мнениями о данном виде маркетинга; она предлагает действенные инструменты сегментирования рынка, ценообразования, разработки и продвижения торговой марки и позиционирования товара на рынке, которые могут быть применены на практике сразу же после возвращения к работе. Участники программы применяют полученные знания в ходе организованной нами деловой игры под названием INDUSTRAT, в которой моделируются реальные ситуации.Основные преимущества* Вы сможете разобраться в управлении портфелем своей продукции
* Вы сможете улучшить свои отношения со своими клиентами и поставщиками благодаря стратегическому сегментированию маркетинговых мероприятий
* Вы сможете сравнить себя с другими людьми, которые сталкиваются с теми же самыми проблемами, и пообщаться с ними
* Вы сможете применить стратегические концепции и инструменты отраслевого/межкорпоративного маркетинга в условиях отсутствия какого-либо риска с помощью специально разработанной моделирующей игры INDUSTRAT.

**При изучении ПСПМ —  Передовой стратегии отраслевого маркетинга —**будут рассмотрены следующие шесть тем, в которых охватывается совокупность нескольких или всех нижеуказанных вопросов, в целях соответствия занятий и семинаров потребностям участников группы:* конкурентная динамика и проблема дифференциации
* информационное взаимодействие в B2B-маркетинге
* проблема выстраивания отношений между компаниями
* стратегическое ценообразование
* проблема создания и поддержания ценности товара
* проблема практической реализации задуманного

|  |
| --- |
| Моделирующая игра INDUSTRATЗначительная часть обучения по программе проходит с использованием моделирующей игры INDUSTRAT. Будучи разработанной в бизнес-школе INSEAD с учетом требований **ПСПМ**, игра INDUSTRAT ежегодно обновляется и дает участникам программы практический опыт реализации вышеуказанных маркетинговых концепций и инструментов, который они получают:* путем практического применения этих концепций
* благодаря получению замечаний и предложений и анализу
* в условиях отсутствия какого-либо риска
* в составе группы и друг от друга
 |

 |