

USPOSABLJANJE START SMART

3. Modul: Osnove trženja: 5. in 11. december, 2025 (spletno)

Trajanje: 10 šolskih ur

Cilj: Udeleženci pridobijo temeljno razumevanje trženja in razvijejo sposobnost, da ključne trženjske koncepte uporabijo za oblikovanje strategije za svoj posel.

Vsebina: Temeljni koncepti trženja in kako jih uporabiti v praksi.

V programu bomo obravnavali tako konkretne trženjske strategije kot tudi različne aspekte konceptualnega trženja. Cilj je, da udeleženci razumejo kako trzinski prijemi delujejo in ter da pridobijo veščine s katerimi sami lahko oblikujejo trženjske strategije.

a. Kaj je trženje in zakaj je ključno za uspeh podjetja? (2 uri)

- Razlika med trženjem in prodajo
- Vloga trženja v življenjskem ciklu podjetja
- Uporabniško usmerjeno razmišljanje (customer centricity)

b. Klasični trženjski koncept – 4P (2 uri)

- Izdelek (Product): kako opredeliti svoj izdelek/storitev, vrednost za stranko
- Cena (Price): oblikovanje cen, psihologija cen, primeri cenovnih strategij
- Distribucija (Place): kanali prodaje (fizični, spletni), direktna/prostorska dostopnost
- Promocija (Promotion): osnovna orodja promocije – oglaševanje, odnosi z javnostjo, digitalna orodja

c. Razumevanje ciljne skupine in trga (2 uri)

- Segmentacija trga (demografija, psihografija, vedenje)
- Profiliranje idealne stranke (t. i. "buyer persona")
- Analiza potreb, želja in bolečin strank (problem-solution fit)

d. Spletna prisotnost in digitalni kanali (2 uri)

- Uvod v digitalni marketing (osnove SEO, družbena omrežja, email marketing)
- Pomen in vzpostavitev spletne prisotnosti (Google profil, spletna stran, Facebook/Instagram)
- Primeri uspešnih začetnih digitalnih kampanj

e. Oblikovanje osnovne trženjske strategije (2 uri)

- Udeleženci oblikujejo osnovni trženjski načrt za svojo idejo
- Vključitev elementov 4P, profil ciljne skupine in osnovni promocijski načrt
- Predstavitev in medsebojna evalvacija v skupini

Več informacij o celotnem usposabljanju ter kontaktni podatki: <https://start2grow.si/>