

# KRİZLERDE MARKA YÖNETİMİ

## AMAÇ

Kriz dönemlerinde markaların müşteriler, paydaşlar ve kamuoyu nezdinde zarar görmemesi için marka yönetiminin doğru ve etkin yapılması için gerekli tekniklerin aktarılmasıdır.

## ODAK NOKTALARI

#Krizlere Proaktif Yaklaşım #Marka İletişimi  
#İletişim Kanalları

## EĞİTİMDEN BEKLENEN SONUÇLAR

Bilir:Kriz durumlarında alınması gereken marka iletişimi aksiyonlarını bilir. Marka yönetiminde kullanılan iletişim kanallarını tanır.

Anlar:Kriz dönemlerinde uygulanan doğru iletişim stratejilerinin genel marka algısına büyük etkisi vardır.

Yapar:Kriz dönemlerinde doğru marka iletişimi için aksiyon planları yapar.

## HEDEF KİTLE

Pazarlama, satış, ürün yönetimi, reklam ve halkla ilişkiler, iş geliştirme bölümü çalışanları ile birlikte tüm yönetici ve yönetici adaylarının katılımına uygundur.

## NOT

## İÇERİK

- Krizlere Proaktif Yaklaşım
- Krizlerde Yara Almamak İçin Yapılacak Hazırlıklar
- Kriz Sırasında Marka Yönetimi
- Krizde Markanın Karatınaya Alınmaması
- Krizde Doğru İletişim
- Marka İletişimi
- Krizde Tanıtım Stratejileri
- Krizde Sosyal Medya Yönetimi

## EĞİTİM YETKİNLİK İLİŞKİSİ

Davranışsal Yetkinlikler	İletişim, Güven Yaratma Müşteri Duyarlılığı
Yönetimsel Yetkinlikler	Koordinasyon
Mesleki/ Bankacılık Teknik Yetkinlikler	İkna, Esneklik
Öz-Gelecek Yetkinlikleri	

Uygulama Yeri	Süre	Eğitim Görevlisi
Sanal Sınıf	1 gün	Hakan Okay

Başlangıç Tarihi : 10.11.2021 - Bitiş Tarihi: 10.11.2021

TBB Üyeleri İçin Eğitim Ücreti: ₺ 250 - Diğer Kurumlar İçin Eğitim Ücreti: ₺ 280

- Fiyatlarımıza KDV Dahildir.

