



BOSS

WOMEN IN FAMILY BUSINESSES

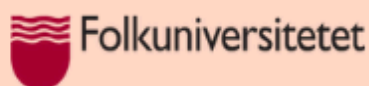
НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДЛЯ ЖІНОК-КЕРІВНИКІВ
СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Модуль 2

Маркетинг та продажі з любов'ю до справи: просування
сімейного бізнесу

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

2022-1-SE01-KA220-ADU-000087596



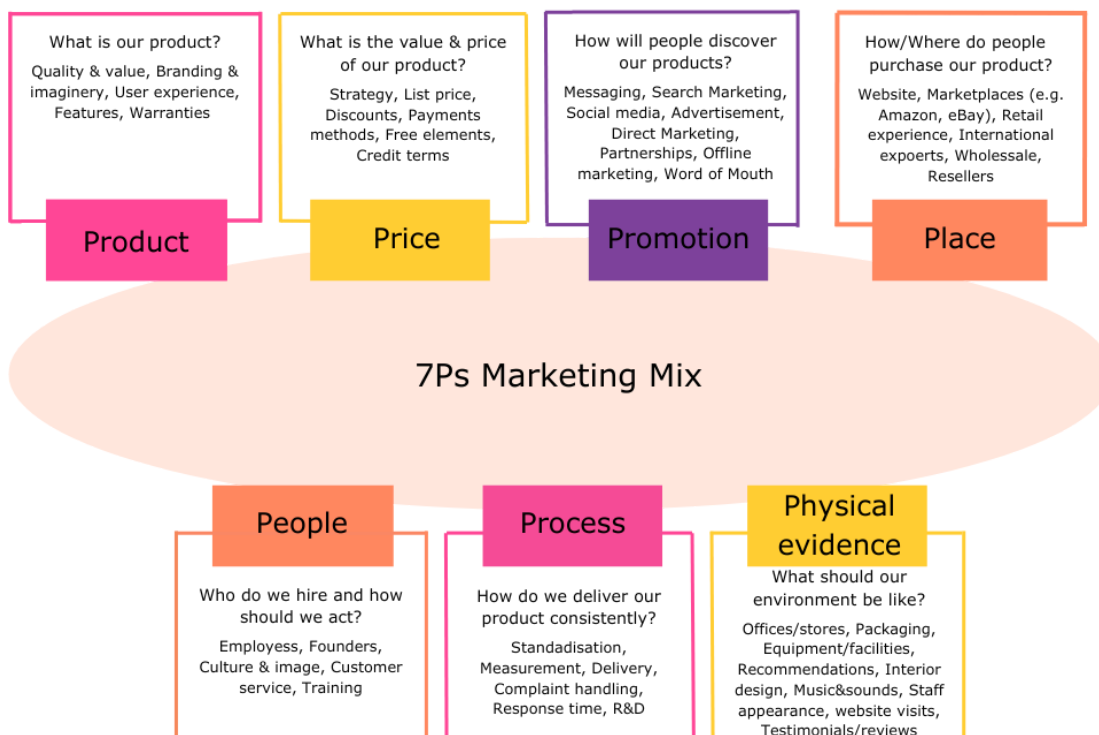
ВПРАВИ

НОМЕР ВПРАВИ	1
НАЗВИ ВПРАВИ	Створіть ваш маркетинговий мікс
НАВЧАЛЬНІ ЦІЛІ	<p>Ви здобудете навички маркетингу: Підприємницькі навички, навички маркетингу та комунікації</p> <p>Маркетингові знання: Управління та планування, цифрова грамотність,</p> <p>Конкретні навчальні цілі:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ви зрозумієте процес маркетингу та дослідите широке значення поняття "маркетинг"• Ви структуруєте маркетинг-мікс, що має вирішальне значення при розробці власного продукту або послуги, а також розвинете навички критичного мислення.• Ви познайомитеся з ринком, на який ви виводите свій продукт/послугу, що призведе до кращого розуміння ваших унікальних торгових пропозицій. <p>Маркетинг-мікс - це лише початок, коли справа доходить до реалізації маркетингової стратегії. Відповіді на ці питання дозволять вам зробити висновок про те, чого вимагає ваш план маркетингової стратегії.</p>
ТРИВАЛІСТЬ	Приблизно 2 години
ОПИС	<p>Принципи маркетингу, часто відомі як маркетингові принципи, - це загальноприйняті маркетингові концепції, які компанії використовують для створення успішних маркетингових стратегій. Ми часто будуємо свою стратегію на цих керівних ідеях. Ми можемо ефективно просувати товари чи послуги, використовуючи принципи маркетингу. Їх часто називають маркетинг-мікс і можна знайти у вигляді 4P або 7P, залежно від того, чи це продукт, чи послуга.</p> <p>Ви створите маркетинг-мікс для уявного продукту/послуги на основі ваших уподобань. Поради: Якщо у вас вже є продукт або послуга, ви можете використовувати їх як приклад для реалізації маркетинг-міксу.</p>

	<p>The diagram illustrates the 7Ps Marketing Mix. It consists of seven colored boxes arranged around a central pink oval labeled "7Ps Marketing Mix".</p> <ul style="list-style-type: none"> Product (Pink box): What is our product? Quality & value, Branding & imagery, User experience, Features, Warranties. Price (Yellow box): What is the value & price of our product? Strategy, List price, Discounts, Payments methods, Free elements, Credit terms. Promotion (Purple box): How will people discover our products? Messaging, Search Marketing, Social media, Advertisement, Direct Marketing, Partnerships, Offline marketing, Word of Mouth. Place (Orange box): How/Where do people purchase our product? Website, Marketplaces (e.g. Amazon, eBay), Retail experience, International expoerts, Wholesale, Resellers. People (Light Orange box): Who do we hire and how should we act? Employess, Founders, Culture & image, Customer service, Training. Process (Pink box): How do we deliver our product consistently? Standadisation, Measurement, Delivery, Complaint handling, Response time, R&D. Physical evidence (Yellow box): What should our environment be like? Offices/stores, Packaging, Equipment/facilities, Recommendations, Interior design, Music&sounds, Staff appearance, website visits, Testimonials/reviews.
<p>ДОПОМІЖНІ РЕСУРСИ (відео, покликання тощо)</p>	<p>Маркетинг-мікс вважається однією з найбільш фундаментальних основ дисципліни "Маркетинг". У наступному відео аналізуються 4Р, наводяться приклади і даються відповіді на питання, як можна використовувати 4Р для розробки або аналізу вашої маркетингової стратегії. https://www.youtube.com/watch?v=g_gEOf0UePw</p> <p>Наступне відео, з іншого боку, охоплює 7Р маркетингу у сфері послуг: Продукт, Ціна, Місце, Просування, Люди, Фізичні докази та Процес. Використовуючи приклади, воно дає уявлення про те, як застосовувати 7Р. https://www.youtube.com/watch?v=ij39z2P_aQI</p>

<p>Список використаних джерел</p>	<p>Armstrong, G. & Kotler, P. (2016). <i>Marketing: an introduction</i>. Pearson</p> <p>Barone, A. (2023, May 15). <i>Marketing Strategy: What it is, How it works, How to create one</i>. Investopedia. https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp#:~:text=A%20marketing%20strategy%20refers%20to,and%20other%20high%2Dlevel%20elements</p> <p>Ellering, N. (2022, August 19). <i>What are the principles of marketing? Overview of 7Ps, value principles, & activity principles</i>. CoSchedule. https://coschedule.com/marketing/principles-of-marketing#what-are-the-7-principles-of-marketing--the-7-ps-of-marketing-mix</p> <p>Santander Universidades. (2023, February 23). <i>The 7Ps: how have the 4Ps of the marketing mix involved?</i>. Santander. https://www.becas-santander.com/en/blog/the-7-ps.html#error=login_required&state=2ee8dee6-a811-4133-8af2-24c8483ec9c3</p>
-----------------------------------	--

Прикріплений макет:



За фінансової підтримки Європейського Союзу. Погляди та думки, висловлені в публікації, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу або Європейського агентства з питань освіти і культури (EACEA). Ані Європейський Союз, ані EACEA не несуть за них відповідальності.

НОМЕР ВПРАВИ	2
НАЗВИ ВПРАВИ	Створюємо візуальну блок-схему процесу продажів
НАВЧАЛЬНІ ЦІЛІ	<p>Ви здобудете навички управління продажами: Підприємницькі навички, комунікація, налагодження зв'язків та ведення переговорів</p> <p>Знання з управління продажами: Управління часом та планування, цифрові технології Ви набудете грамотності, прийняття ризиків</p> <p>Конкретні навчальні цілі:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розуміння процесу продажу: ви вивчите послідовні етапи процесу продажу, включаючи генерацію лідів, пошук, кваліфікацію, презентацію, подолання заперечень, закриття угоди та подальші дії. Ці знання дадуть вам фундаментальне розуміння того, як структурована діяльність з продажу. 2. Визначення точок прийняття рішень: За допомогою блок-схеми ви визначите ключові точки прийняття рішень у процесі продажу. Ви навчитесь розпізнавати, де робиться критичний вибір, наприклад, чи варто продовжувати роботу з потенційним клієнтом, як реагувати на заперечення або коли закривати угоду. Ця навичка є цінною для прийняття обґрунтованих рішень під час реальних продажів. 3. Цифрова грамотність: Учасники покращать свої навички цифрової грамотності, використовуючи онлайн-інструменти або шаблони для створення блок-схеми процесу продажу. Цей практичний досвід роботи з цифровими інструментами ознайомить їх з процесом створення візуального контенту в цифровому форматі, що є цінною навичкою в сучасному технологічному бізнес-середовищі. 4. Навички візуальної презентації: Створюючи візуальну блок-схему процесу продажу, ви розвинете навички візуального представлення складних процесів. Ви навчитесь використовувати символи, фігури та стрілки для чіткого та організованого зображення кожного кроку, що підвищить вашу здатність ефективно передавати інформацію.
ТРИВАЛІСТЬ	8 годин і більше, залежно від рівня складності бізнесу
ОПИС	Створіть візуальну блок-схему процесу продажу, яка ілюструє етапи процесу продажу, від генерації лідів до закриття угоди. Ви можете зробити це на папері, за допомогою стікерів або за допомогою онлайн-інструменту чи шаблону. Блок-схема допомагає зрозуміти послідовні етапи, ключові дії та точки

	<p>прийняття рішень у процесі продажу.</p> <p style="text-align: center;">Sample Sales & Marketing Process Flow</p> <p style="text-align: center;">Sample Sales & Marketing Process Flowchart from Marketo</p> <p>image source: Sales Process Flowchart: All You Need to Know, by Zen Flowchart</p>
<p>ДОПОМІЖНІ РЕСУРСИ (відео, покликання тощо)</p>	<p>You can find free flowchart templates on platforms like Template.net, ZenFlowchart, Canva, or just use your Office application.</p> <p>Videos: How to achieve anything in life by learning how to sell. Rana Kordahi TEDxCQU</p>
<p>Список використаних джерел</p>	<p>EN: 11 Sales Tips for Beginners EN: Sales Process Flowchart: All You Need to Know EN: Book review by Anum Hussain about Jill Konrath book "SNAP Selling" ES: 10 libros recomendados para mujeres emprendedoras (10 recommended books for women entrepreneurs)</p>

ЗАВДАННЯ

Завдання №:	1
Назва завдання:	Дослідіть стійкі партнерства та створіть зразок дошки
Опис завдання	Дослідіть поняття сталого партнерства, його значення для вашого бізнесу та приклади успішних партнерств у цій сфері.

За фінансової підтримки Європейського Союзу. Погляди та думки, висловлені в публікації, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу або Європейського агентства з питань освіти і культури (EACEA). Ані Європейський Союз, ані EACEA не несуть за них відповідальності.

	Створіть зразок дошки (на папері або в цифровому вигляді, наприклад, за допомогою програми "Miro").
Розуміння завдання (дивимося або читаємо про завдання)	Читайте статті, дивіться відео або вивчайте тематичні дослідження, пов'язані зі сталим партнерством для малого бізнесу, та адаптуйте ідеї для власного використання. Пам'ятайте: погані приклади також можуть бути вказівкою про те, як НЕ треба робити.
Виконання завдання	Підсумуйте ключові моменти та зберіть приклади успішних сталих партнерств, щоб краще зрозуміти концепцію, а потім створіть свою дошку, щоб візуалізувати те, чого ви хочете досягти..
Список використаних джерел	Інструмент: Miro - це онлайн-платформа для спільної роботи на дошці, яка дозволяє учасникам працювати разом у режимі реального часу. Ви можете створювати віртуальні простори для сценаріїв рольових ігор, де учасники можуть використовувати текст, зображення та стікери, щоб розігрувати та обговорювати свою взаємодію. Videos: Tedx " Climate Action's Hidden Opportunities for Women " by Zineb Sqalli vocal podcast by Laina Raveendran Greene How women are the key to economic well-being Sustainable development goals fund, " The Road to Peace - Why the SDGs are Good for Business conference " (1h25 m) Further Reading: EN blog Researchgate, downloadable pdf, The importance of sustainability engagement in small businesses supplier collaboration , written by Juhnani Ukko, Minna Saunila, Mina Nasiri, Tero Rantala

За фінансової підтримки Європейського Союзу. Погляди та думки, висловлені в публікації, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу або Європейського агентства з питань освіти і культури (EACEA). Ані Європейський Союз, ані EACEA не несуть за них відповідальності.

	<p>ESP article in UNCTAD webpage “Acelerando el desarrollo sostenible con empresas familiares”</p> <p>EN German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and nuclear Safety, downloadable pdf, “Step-by-step guide to sustainable supply chain management”</p> <p>SPA blog Pacto mundial Red española “Pasos para integrar la sostenibilidad de tu empresa”</p> <p>SPA blog Greenglobe “10 consejos para lograr una empresa más sostenible” written by Javier Pedraza</p>
--	--

Завдання №	2
Назва завдання:	Визначте ваших конкурентів
Опис завдання	<p>Ваша цільова група повинна відчувати, що ваш конкретний продукт або ваша компанія краще відповідає їхнім потребам і цінностям, ніж інші пропозиції в цій галузі.</p> <p>Щоб досягти успіху в цьому, вам потрібно зібрати дані про потенційних конкурентів. Це дозволить вам диференціювати вашу компанію від антагоністів вашої галузі.</p>
Розуміння завдання (дивимося або читаємо про завдання)	<p>Щоб провести аналіз конкурентів, вам потрібно зосередитися на всіх видах конкурентів (нові учасники, малі фірми, прямі чи опосередковані), їхніх сильних і слабких сторонах, а також сильних і слабких сторонах. Ви повинні порівняти їхню комунікацію, брендинг, пропозицію, стратегію, контент та канали розповсюдження з вашими за допомогою організованого дослідження, що складається з ключових запитань. Вам буде надано шаблон, який допоможе вам у виконанні завдання.</p>

Щоб допомогти вам у цьому аналізі, також доступні онлайн-інструменти: наприклад, SpyFu для збору даних онлайн досліджень про ваших конкурентів або Rival IQ, щоб дізнатися, наскільки добре працює ваша платформа в соціальних мережах порівняно з іншими в галузі.

Ви можете прочитати додаткову інформацію, статті та переглянути відео на YouTube, які допоможуть вам отримати уявлення про аналіз конкурентів.

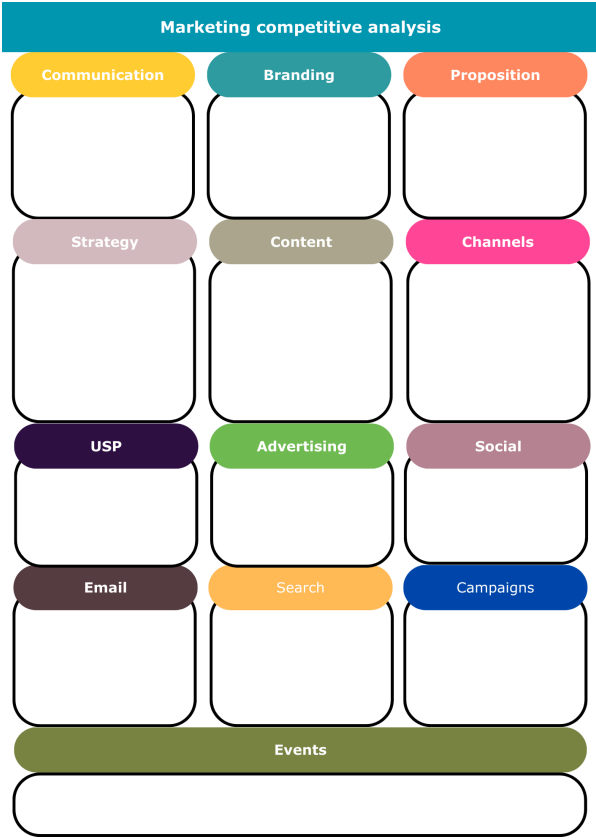
Приклад: Подивіться це відео на [YouTube](#)

Виконання завдання

Наведений нижче шаблон містить ключові питання та сфери, на які слід звернути увагу під час аналізу ваших конкурентів.

The diagram is a grid of 12 boxes, each representing a different marketing aspect. At the top, there is a teal header box labeled 'Marketing competitive analysis'. Below it, the boxes are arranged in four rows and three columns. Each box has a colored header and a white body with a question. The last row has a single wide box for 'Events'.

Marketing competitive analysis		
Communication How are they engaging their audiences and getting interactivity? Are they using groups, pages, forums?	Branding What is their tag line, brand look, and feel, messaging, tone?	Proposition What are they offering to solve their customers' pain or problem?
Strategy What is their strategy/business model? What is their key objective? What tactics are they using?	Content How are they using content to attract, nurture, convert, and get repeat customers? Video, blogs, whitepapers, case studies, posts, articles, etc.	Channels Where are they promoting their business? Where are they generating leads from?
USP What is their "unique selling point"?	Advertising Where are they advertising and what is their traffic and spend for this channel?	Social What networks are they using and how big is their reach and engagement?
Email How are they marketing to their customers through different stages of the sales-cycle?	Search How do they rank for keywords? Where are they driving traffic to... blogs, web or landing pages?	Campaigns Who are they targeting, what is their key message and call to action?
Events What events are they hosting, sponsoring, or exhibiting at? Events or conferences - online or in-person events or both?		

	 <p>The diagram is a grid for 'Marketing competitive analysis'. It features a teal header bar with the title. Below it are 12 colored boxes arranged in a 4x3 grid, each with a label and a white rounded rectangle for notes. The labels are: Communication (yellow), Branding (teal), Proposition (orange), Strategy (light purple), Content (light green), Channels (pink), USP (dark purple), Advertising (green), Social (light pink), Email (dark brown), Search (orange), Campaigns (blue), and Events (dark green). The Events box is a single wide box at the bottom of the grid.</p>
<p>Список використаних джерел</p>	<p>SpyFu to collect data on online research about your competitors</p> <p>Rival IQ to know how well your social media platform is doing compared to others in the industry</p> <p>McGruer. D, (2020). <i>Dynamic Digital Marketing</i>. Willey</p> <p>Shewan, D. (2022, September 3). <i>How to do a SWOT analysis (with examples and free template!)</i>. Wordstream. https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis</p>

Прикріплени шаблон:

Marketing competitive analysis

Communication

How are they engaging their audiences and getting interactivity? Are they using groups, pages, forums?

Branding

What is their tag line, brand look, and feel, messaging, tone?

Proposition

What are they offering to solve their customers' pain or problem?

Strategy

What is their strategy/business model? What is their key objective? What tactics are they using?

Content

How are they using content to attract, nurture, convert, and get repeat customers?
Video, blogs, whitepapers, case studies, posts, articles, etc.

Channels

Where are they promoting their business? Where are they generating leads from?

USP

What is their "unique selling point"?

Advertising

Where are they advertising and what is their traffic and spend for this channel?

Social

What networks are they using and how big is their reach and engagement?

Email

How are they marketing to their customers through different stages of the sales-cycle?

Search

How do they rank for keywords? Where are they driving traffic to... blogs, web or landing pages?

Campaigns

Who are they targeting, what is their key message and call to action?

Events

What events are they hosting, sponsoring, or exhibiting at? Events or conferences - online or in-person events or both?

Marketing competitive analysis



За фінансової підтримки Європейського Союзу. Погляди та думки, висловлені в публікації, належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають позицію Європейського Союзу або Європейського агентства з питань освіти і культури (EACEA). Ані Європейський Союз, ані EACEA не несуть за них відповідальності.