

Market Research Training

Latar Belakang

Semua marketer akan setuju jika riset pasar amatlah penting. Namun saat ini perubahan terjadi begitu cepat, sehingga para marketer kesulitan mengikuti trend terhadap apa yang sesungguhnya diinginkan oleh konsumen.
Kesibukan mereka, dipadu dengan begitu banyaknya data dan banyak prioritas yang harus dikerjakan oleh marketer, memaksa mereka untuk hanya melakukan “internal research”.
Artinya mereka mungkin lebih mengandalkan pada diri mereka, teman-teman mereka untuk menilai perilaku konsumen.
Yang sering membuat mereka tidak melakukan riset pasar adalah anggapan adanya kerumitan yang cukup banyak ketika harus melakukan riset pasar.

Trainer: Anwar Haliyanto, MM

WAKTU PELAKSANAAN

22 - 23 Juni 2027

09:00 - 17:00 WIB

TEMPAT PELATIHAN

Location: Kuretakeso Hotel - Kemang / Best Western Premier - Cawang / The Aryaduta Hotel Semanggi

Harga

Group Price: Rp 5.350.000
Full Fare: Rp 5.950.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk makan siang, snack, sertifikat, dan modul.*

Market research adalah faktor yang penting bagi keberlangsungan produk anda untuk jangka panjang.
Dengan melakukan riset pemasaran, akan bisa membuat brand produk anda tetap dikenal masyarakat. Sementara itu, perusahaan yang tidak lagi melakukan riset pasar, akan mendapati bahwa produk mereka kinerjanya makin menurun.
Ini wajar saja karena jika produk perusahaan sudah tidak bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk itu cepat atau lambat akan ditinggalkan oleh pelanggan.

Pelatihan Riset Pasar ini akan membekali peserta dengan teknik yang praktis sehingga para pemasar bisa melakukan riset dengan lebih mudah dan efektif.

Ada beberapa alasan mengapa perusahaan harus melakukan Riset Pasar

1. **Market research centers your business on your consumers.** Pelanggan anda adalah 'bos' anda. Dengan tetap menjaga komunikasi dengan pelanggan, perusahaan anda akan bisa memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.
2. **It keeps you focused.** Para marketer dan peneliti marketing saat ini memiliki banyak tugas (multitasking job). Ketika riset pasar dilakukan dengan benar, akan membantu para pemasar mengetahui keinginan pelanggan. Akibatnya, mereka memprioritaskan tugas dan memaksimalkan waktu mereka untuk memenuhi keinginan pelanggan.
3. **It allows you to pursue the most lucrative growth opportunities.** Para pemasar ingin bisnis mereka tumbuh pesat, namun mereka tidak selalu jelas dalam memilih jalan yang harus mereka tempuh untuk menaikkan pertumbuhan bisnis. Dengan melakukan riset pasar akan membantu mereka menimbang dan mengkuantifikasi opportunities yang ada dan kemudian memprioritaskan aktivitas mana yang paling menghasilkan revenue yang potensial.
4. **It improves your decision-making capabilities and reduces your risk.** Penelitian pasar akan menyediakan berbagai informasi berharga mengenai pasar, produk, customer dan pesaing anda.

Ketika anda memiliki informasi ini, anda akan bisa mengambil keputusan dengan lebih percaya diri dan hasil keputusan akan efektif

Output Pelatihan Riset Pasar

Setelah anda mengikuti pelatihan Riset Pasar ini diharapkan anda akan mampu:

- Mendesain teknik pengukuran untuk melihat komposisi segmen
- Melakukan perancangan teknik pengukuran untuk melihat peta persaingan pasar
- Melakukan analisa dalam melihat segmen potensial (berdasarkan karakteristik segmen: demografi, consumer behaviour, daya beli, habit, dan psikografi
- Memahami map / posisi persaingan pasar perusahaan (menggali keunggulan maupun kelemahan, peluang/ celah kosong yang dapat diisi
- Membidik target segmen potensial yang dituju
- Menggali berbagai strategi guna mendapatkan dan meningkatkan pendapatan dari target segmen potensial

Materi Pelatihan Riset Pasar

1. Variabel-variabel segmentasi dan posisi persaingan
2. Membuat desain survei & sample untuk riset segmentasi & positioning
3. Melakukan teknik survei segmentasi & positioning
4. Roleplay pembuatan kuesioner, teknik survei lapangan & teknik pengolahan data
5. Analisis segmentasi dan positioning
6. Teknik menentukan target segmen potensial

7. Proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan pelanggan potensial

Sasaran Peserta

- Tenaga marketing pada level minimal supervisor untuk dapat melihat peta segmen pelanggan dan merumuskan strategi marketing/ promosi
- Marketing analyst/ marketing officer/ marketing research staff di sebuah perusahaan untuk dapat mendesain teknik untuk memetakan segmen dan persaingan pasar

Metode Pelatihan

- Sharing
    - Metode pengajaran yang mengutamakan partisipasi peserta di dalam program pelatihan sehingga menciptakan komunikasi dan interaksi dua arah di dalam kelas.
- Case Study
    - Pembahasan kasus-kasus real yang terjadi di lapangan guna meningkatkan pemahaman pengaplikasian teori dan konsep di lapangan.
- Role Play with sales scripts
    - Sebagai bentuk aktifitas yang dirancang guna meningkatkan pemahaman pengaplikasian ilmu dengan menggunakan skenario yang mendekati kondisi di lapangan.
- Games
    - Bentuk aktifitas yang di tujukan untuk penghayatan terhadap materi-materi pembelajaran yang ada.
- Job Assignment – Action Plan (optional)
    - Pelaksanaan tugas/pekerjaan yang dilakukan berhubungan dengan kegiatan realisasi di lapangan dan dihubungkan dengan kegiatan pelatihan di dalam kelas.

Instruktur Pelatihan

Anwar Haliyanto, MM

Anwar Haliyanto, salah satu lulusan terbaik dari Prasetya Mulya Business School dengan menyandang Magister Management, yang banyak mempelajari dan mendalami kebijakan strategis perusahaan dalam usahanya untuk terus bertumbuh melalui sumberdaya manusia yang lebih unggul, membuat Anwar banyak terlibat dalam pengembangan sumber daya manusia. Anwar Haliyanto juga alumni Henley University London dibidang management keuangan Perusahaan Kesehatan dan Farmasi, Anwar Haliyanto juga sudah menyelesaikan International Management Program dalam Diabetes Disease Management di Darmstad Germany, Woman's Health Care Seoul dan Fresenius Advance Nutrition Course Hong Kong.

Posisi terakhir nya sebagai Direktur Marketing di salah satu perusahaan Multinasional memberikan banyak pengalaman dalam menyususn strategy maupun implementasi dalam mencapai target perusahaan, ditambah lagi pengalaman di lapangan sebagai Sales Manager, Produk Manager dan Marketing Manager, membuat Anwar Haliyanto mampu berkomunikasi kepada semua lapisan di dalam perusahaan.

Marketing Reasearch adalah salah satu bidang yang selalu menjadi fokus perhatiannya semanjak di posisi Manajer sampai menduduki jajaran direksi karena hal ini merupakan kunci sukses strategy perusahaan

Sejak TH 2010 Anwar Haliyanto, MM memutuskan untuk memulai karirnya sebagai Independent Coach dan Trainer, dengan banyak memberikan pelatihan Marketing, Sales Manegement dan Product Development.

CONTACT US

Operational Office

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

Phone

+62 813-8834-2078

Email

regtraining@valueconsulttraining.com

Website

www.valueconsulttraining.com