**TRADE MARKETING MANAGER - CZY JESTEŚ NIM W 100%?**

**Lubimy część kreatywną w marketingu. Sypanie pomysłami i narzędziami marketingowymi to często nasza pierwsza reakcja na problem. Konsumenci nie znają naszej marki, więc mówimy "zróbmy kampanię marketingową", produkt słabo się sprzedaje więc myślimy "zmieńmy opakowanie".**

W życiu codziennym jest podobnie. Uwielbiamy podsuwać gotowe rozwiązania, udzielać rad rodzinie i przyjaciołom, mamy gotową receptę na problem. Tymczasem trade marketing nie opiera się wyłącznie na pomysłach, czyli narzędziach. **Trade marketing** to znacznie szersze pojęcie niż kampania czy promocja i wiąże się z wieloma umiejętnościami.

**Sprawdź, czy jesteś trade marketing managerem?**

Sprawdź zatem, czy poniższe punkty stanowią Twoją strefę komfortu czy obszar do rozwoju:

1. Uważnie śledzisz rynek, trendy i zachowania swoich klientów.

2. Znasz i działasz w oparciu o insighty i potrafisz je przełożyć na działania trade marketingowe.

3. Monitorujesz kanały dystrybucji, wiesz w jakim kierunku rozwijają się punkty sprzedaży.

4. Wychodzisz poza schematy branżowe, szukasz inspiracji w innych branżach, podpatrujesz mechanizmy promocyjne i wdrażasz je w swojej kategorii.

5. Pracujesz na liczbach, monitorujesz wyniki sprzedaży, prognozujesz sprzedaż, prowadzisz kalkulacje i dzięki nim potrafisz zaplanować materiały POS lub przekonać Managerów wyższego szczebla do swoich pomysłów.

6. Na podstawie analiz potrafisz określić cele trade marketingowe dla swoich produktów/marki.

7. Znasz wachlarz narzędzi trade marketingowych i potrafisz dobrać je do cyklu życia produktu/marki i postawionych celów.

8. Znasz mechanizmy promocyjne i potrafisz zachować równowagę między nimi.

9. Znasz strategie cenowe i umiesz je zastosować w trade marketingu.

10. Znasz mechanizmy i triki psychologiczne, które są elementem trade marketingu.

11. Spędzasz czas w terenie, rozmawiasz z klientami, znasz ich problemy, możliwości i ograniczenia.

12. Efektywnie zarządzasz materiałami POS, które nie zalegają w magazynkach i bagażnikach samochodowych przedstawicieli.

13. Potrafisz połączyć umiejętności marketingowe z wiedzą i umiejętnościami sprzedażowymi.

Wszystkie umiejętności i kompetencje potrzebne w trade marketingu nabywamy w drodze nauki. Najlepszą nauką jest praca na żywym organizmie, czyli w Twojej organizacji. Masz wówczas możliwość wdrożenia i oceny tych działań. Warto jednak uzupełniać te obszary, w których czujemy się mniej komfortowo lub brakuje nam wiedzy. Na naukę nigdy nie jest za późno, a **trade marketing manager** to siła napędowa wielu organizacji więc warto postawić na rozwój.

**Autor**

Izabela Bohdan-Talmont

Ekspert z zakresu marketingu. Autorka programów i trenerka prowadząca **szkolenia dla trade marketing managerów** z handlu offline "[**Trade marketing. Metody wsparcia wzrostu sprzedaży**](https://www.bonavigator.pl/szkolenie-trade-marketing.html)" oraz trade marketingu online "[**Trade marketing online. Wsparcie sprzedaży w internecie i narzędzia trade marketingowe w e-commerce**](https://www.bonavigator.pl/trade-marketing-online-wsparcie-sprzedazy-w-internecie-narzedzia-trade-marketingowe-w-ecommerce-szkolenie-kurs-online.html)".

Zapraszamy również do zapoznania się z tematyką szkoleń i warsztatów marketingowych dostępnych w kategorii "[**Szkolenia marketing**](https://www.bonavigator.pl/szkolenia-marketing.html)". Do zobaczenia na szkoleniach.

Źródło [www.bonavigator.pl/trade-marketing-manager-czy-jestes-nim-w-100-procentach.html](https://www.bonavigator.pl/trade-marketing-manager-czy-jestes-nim-w-100-procentach.html)