

Reverse marketing and its impact on rationalising customer behaviour

A Workshop presented at
Bayan University (BNU)



In view of the developments facing the world of rapid changes in all aspects. These changes make the organisations seek and adapt to their external environment in order to reach the focused target markets. This will ensure their future survival and make the customer the main focus. The success of all activities and operations of these organisations are directly depending on the customer's position towards service they receive from these organisations.

The importance of the workshop:

It is important that this marketing activity is based on alternative policy (do not), and as a marketer needs sufficient information about products, markets and reserves against unfair competition owners who use reverse marketing to distract customers from other competitors.

The objective of the workshop:

The need to adopt modern trends in marketing, in order to keep pace with developments in the external environment and adapt to them, which makes the customer ready and ready to act towards the acquisition of products.

First Session:

The concept of marketing management and reverse marketing is recognised, and at any time we need it, in addition to identifying its elements and factors affecting it.

This session is held by Dr Samy Saber Abdullah, Head of Tourism Department, Faculty of Administration and Economics, Salahuddin University, also a Lecturer at the College of Business and Economics, Bayan University

Second Session:

Highlighting some of the organizations' ways of achieving reverse marketing, as well as the impact of reverse marketing on rationalizing customer practices.

This session is held by M. Mahaat Nouri Abdullah with Specialisation Marketing Administration. He is a Teaching Staff of Management and Economics, University



Bayan University (BNU)
Gullan Street, Erbil EBL 550
Kurdistan Region - Iraq

Email: info.desk@bnu.edu.iq
URL: bnu.edu.iq
Mob: +964 (0)750 xxx xxxx

of Salahaddin - Erbil. She is also a Teaching Staff at Bayan University College of Business and Economics.

Please Join us!



Bayan University (BNU), Gullan Str, Erbil EBL 550, KRI



11:00 am to 14:00



Monday the 22nd of April 2019

bnu.edu.iq



BAYAN
UNIVERSITY

Bayan University (BNU)
Gullan Street, Erbil EBL 550
Kurdistan Region - Iraq

Email: info.desk@bnu.edu.iq
URL: bnu.edu.iq
Mob: +964 (0)750 xxx xxxx

التسويق العكسي وانعكاساته على ترشيد سلوكيات الزبائن

نظراً للتطورات التي يواجهها العالم من التغيرات المتسارعة في كافة الجوانب، مما يجعل من المنظمات ان تسعى دائماً الى التكيف مع بيئتها الخارجية بغية الوصول الى استهداف الاسواق التي تركز عليها المنظمات وذلك لاجل ضمان بقائها بالمستقبل و جعل الزبون المحور الاول و الاساسي الذي يعتمد عليه نجاح كافة النشاطات و العمليات التي تمارسها تلك المنظمات.

أهمية الورشة:

تكمن اهمية في كونها ذلك النشاط التسويقي المعتمد على السياسة الأخرى البديلة (لاتفعل) ،وباعتبار المسوق يحتاج إلى معلومات كافية حول المنتجات والأسواق والاحتياط ضد أصحاب المنافسة غير الشريفة الذين يستخدمون التسويق العكسي لصرف العملاء عن المنافسين الآخرين.

هدف الورشة :

ضرورة تبني الاتجاهات الحديثة في التسويق, بغية مواكبة التطورات التي تحصل في البيئة الخارجية و التكيف معها, مما يجعل الزبون مهية و على أتم الاستعداد للتصرف نحو اقتناء المنتجات.

المحور الأول:

يتم فيه التعرف على مفهوم ادارة التسويق و التسويق العكسي وأهميته ، وفي أي وقت نحتاج إليها ، هذا فضلاً عن التعرف على عناصره، و العوامل المؤثرة عليه

م. سامي صابر عبدالله

- رئيس قسم السياحة بكلية الإدارة والاقتصاد في جامعة صلاح الدين
- أستاذ محاضر في كلية الادارة والاقتصاد بجامعة بيان

المحور الثاني :

يتم فيه إلقاء الضوء على بعض وسائل المنظمات لتحقيق التسويق العكسي , الى جانب أثر التسويق العكسي على ترشيد ممارسات الزبائن.

أ.م.م. مهابات نوري عبدالله

تخصص الإدارة التسويق

- تدرسية كلية الادارة والاقتصاد بجامعة صلاح الدين-اربيل.
- تدرسية في جامعة بيان كلية الادارة والاقتصاد.