



2. INVESTICIJSKI FORUM ZDRAVLJA I TURIZMA ADRIATIC REGIJE ZAGREB 10.-12. LISTOPADA 2018.

RADIONICA

VAŽNOST LEAN MARKETINGA, BRENDIRANJA I ONLINE IMIDŽA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU

**srijeda, 10. listopada, hotel Westin, Zagreb
bez nadoplate; uključeno u redovnu trodnevnu kotizaciju**

Zbog velikog interesa i ograničenog broja mjesta, molimo vas da se prijavite što prije na e-mail: office@adriatichealth.com ili na brojeve telefona: +385 1 5811922.

Predstavljamo **RADIONICU O MARKETINGU I BRANDINGU SA LEAN PRISTUPOM** koji otvara veće mogućnosti i povećava profitabilnost tvrtki koje ga primijenjuju.

Kako i zašto ga aplicirati u poslovanju u zdravstvenom turizmu i turizmu saznajte od renomiranog svjetski poznatog predavača i stručnjaka koji nam dolazi i ove godine iz UAE, dr. Prem Jagyasi.

O radionici:

Zdravstveni turizam raste brzo, a nudi ogromne mogućnosti ključnim dionicima; međutim, to je složena industrija s mješavinom usluga različitih spektra za ciljno tržište koje karakteriziraju različite geografske i goleme kulturne razlike.

Organizacije i tvrtke iz te industrije koje koriste tradicionalne taktike marketinga za izgradnju poslovanja mogu izgubiti značajna ulaganja u smislu ROI-ja i njegovog ukupnog utjecaja.

Na ovoj radionici dr. Prem Jagyasi će voditi sudionike ka inovativnom lean marketingu, brandiranju i online reputaciji zdravstvenog turizma, koji koristi ograničene resurse, ulaganja i napore te proizvodi bolji povrat ulaganja. Stoga, lean marketinški pristup pomaže organizacijama da imaju bolji razvoj ljudskih odnosa i održivu profitabilnost.

1. Tradicionalni marketinški pristup vs Lean način marketing, branding i online reputacija
2. Identificiranje i opsluživanje ciljnog tržišta na različitim geografskim područjima, sa primjerima - zemlje Zaljeva, Afrika, itd., gdje je nužno veće razumijevanjem kulture i etike.



2. INVESTICIJSKI FORUM ZDRAVLJA I TURIZMA ADRIATIC REGIJE ZAGREB 10.-12. LISTOPADA 2018.

3. Razvijanje strateškog marketinga, brandinga i online planova, te primjene lean metode
4. Stvaranje usluga klijentima prilagođenih kulturi ciljanog tržišta aspekta različitih područja, nacionalnosti i religija
5. Razumijevanje potreba pacijenta/klijenta i stvaranje sveobuhvatnog plana skrbi o pacijentu na temelju vrijednosti
6. Razumijevanje razlike između prisutnosti na internetu i imidžu na internetu te stvaranje strategija za izgradnju reputacije i imidža koje stvaraju automatske marketinške tragove

Dr. Prem Jagyasi

MD i izvršni direktor - Dr. Prem i suradnici Osnivač - Dr Prem Web Magazine Network

Autor - Vodič za turistički vodič za medicinski turizam i wellness

Dr. Prem Jagyasi je nagrađivani vodeći opinion maker, renomirani autor brojnih publikacija, izdavač i visoko priznati globalni govornik. Osim izdavanja knjiga i vodiča za unapređivanje života, Dr. Prem je također autor vodiča medicinskog turizma i wellness turizma. Također upravlja mrežom online časopisa (50 + niša) koji privlače milijune čitatelja širom svijeta. Dosad je Prem posjetio više od 65 zemalja, obratio se brojnim međunarodnim konferencijama i bio stručno angažiran u više od 150 međunarodnih organizacija. Također, vlasnik je web servisa kojeg operativno i vodi i nadgleda njegov visoko stručni tim. Više o njemu pogledajte na: <https://drprem.com/>

