



Szkolenie:

STRATEGIA MARKI-warsztaty

W czasie spotkania opracujemy zarys strategii marki. Pełen projekt to ok 20 punktów merytorycznych dlatego w czasie warsztatu opracujemy wybrane z nich, najważniejsze. Powstanie w ten sposób szkielet projektu, założenia do pełnego projektowania.

Termin szkolenia: 24.01.2023 roku, godz. 9:00 – 14.00

Trener: Maciej Tesławski - strateg, dydaktyk, autor książek, pierwszy "filozof marketingu". Współtworzył pierwszy polski letterhouse ABC Direct Contact. Współpracował m.in. z Reader's Digest oraz US West (Panorama Firm), największymi agencjami w kraju m.in. McCann Communication, J. Walter Thompson oraz Grey Worldwide od podstaw stworzył dział strategii. Pracował dla największych marek w Polsce i na świecie, m.in. Canal+, General Motors, Nestle, Tchibo, Orlen czy Winiary. Współzałożyciel Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego (SMB). Współtworzył Szkołę Strategii Marki SAR. Aktualnie prowadzi własną Marketing Communication Academy (MCA), w której wraz z ekspertami i specjalistami marketingu i komunikacji przeszkolił kilkaset polskich firm.

Grupa docelowa:

Zapraszamy wszystkich zajmujących się marketingiem na co dzień oraz osoby zainteresowane aktualizacją wiedzy na podstawie doświadczenia prowadzącego i pozostałych uczestników spotkania. Wspólne wypracowywanie „prawdy” utrwala wiedzę i pozwala na lepsze jej zrozumienie.

Cel szkolenia: Podczas warsztatów to uczestnicy tworzą/ piszą fragmenty projektów strategii marki, a nie tylko obserwują ten proces. W ten sposób łatwiej jest dostrzec logikę powstawania projektu.

Uczestnicy po warsztatach:

- Będą doskonale wiedzieli co jest strategią marki, a co tylko pomysłem na krótkoterminową promocję;
- Będą potrafili weryfikować poprawność projektu strategicznego;
- Pozną sposób powstawania poprawnego projektu strategii marki.

W programie:

- DNA marki – elementy istotne i niezmiennie. Elementy podstawowe i decydujące o charakterze marki, które są podstawą identyfikacji marki.
- Wyróżniki marki (racjonalne i emocjonalne)-to co odróżnia markę wśród konkurencji, a zwłaszcza emocjonalnie sytuuje markę w głowie konsumenta.
- Segmentacja grup docelowych- identyfikacja segmentów, do których marka będzie kierowana. Nie ma marek od wszystkiego dla wszystkich.
- Osobowość core targetu- określenie osoby reprezentującej grupę komunikacyjną marki. Psychografia.
- Osobowość marki, czyli psychograficzny opis marki gdyby była ona osobą.
- Insighty konsumenckie- to, co decyduje o pierwszym skojarzeniu marki w procesie decyzyjnym o jej wyborze u konsumenta.

Miejsce szkolenia:

Hotel Słoneczny Młyn, ul. Jagiellońska 96, Bydgoszcz

Cena za udział w szkoleniu jednej osoby:

- dla firm członkowskich Pracodawców Pomorza i Kujaw - 675,00 zł + VAT,
- dla firm uczestniczących w konferencji Biznes Trendy 2022 - 700,00 zł +23% VAT,
- dla pozostałych firm - 750,00 zł + VAT.

Cena obejmuje udział w szkoleniu, materiały szkoleniowe, poczęstunek oraz zaświadczenie o uczestnictwie w szkoleniu. Płatność nastąpi przelewem na podstawie faktury pro forma wystawionej przed udziałem w szkoleniu.

W cenie szkolenia uczestnicy otrzymują e-booka (jeden z poniższych do wyboru):

- „Projektowanie strategii marki”,
- „Praktyka branding”,
- „Techniki promocji sprzedaży”,
- „Marketing (prawdziwych) relacji”.

ZGŁOSZENIE UCZESTNICTWA

W celu zgłoszenia uczestnictwa w szkoleniu prosimy o wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego <https://forms.office.com/e/VhwGqrk6f7> do dnia 13.01.2023r.

Wypełnienie formularza zgłoszeniowego jest jednocześnie akceptacją [Regulaminu szkoleń](#) i [polityki prywatności](#) dostępnych na stronie internetowej i zobowiązaniem do ich przestrzegania.

KONTAKT

„Pracodawcy Pomorza i Kujaw”

Związek Pracodawców
ul. Gdańska 141/3/6
85-022 Bydgoszcz
NIP: 554-10-19-060

T +48 52 524 09 20
E biuro@pracodawcy.info.pl
www.pracodawcy.info.pl

Dorota Filarecka-Stanek

Koordynator ds. Szkolenia

T +48 661 528 001
E filarecka@pracodawcy.info.pl