



Planowanie promocji na nowych rynkach czyli jak sprawić by Klienci podążali za Tobą

Całkiem od początku, czyli (nie) tradycyjny wstęp

Nie potrzebujemy klientów, potrzebujemy fanów.

Hartmut Roesch

Albert Einstein powiedział: „Wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy, ponieważ wiedza jest ograniczona”. Dobry marketingowiec wie, że do jego obowiązków należeć zawsze będzie ocena konkurencji, rzetelna ocena możliwości rynkowych, dokładne zbadanie potrzeb klienta oraz możliwości kreacji nowych, szczegółowe opracowanie strategii sprzedażowej produktu oraz, jak to najczęściej bywa, przygotowanie narzędzie promocji i reklamy. Ale czy skrupulatne zastosowanie się do zasad zawsze gwarantuje sukces? Współczesny marketingowiec ma dziś przed sobą wiele wyzwań. Kluczowe jest, by trafić do umysłu Klienta i dostarczyć wartości, których właśnie potrzebuje.

Zapraszamy Cię na dwudniowe szkolenie, które jednocześnie będzie przygodą z marketingiem. Dzięki temu poznasz jak wykorzystać najnowszą wiedzę, aby w dowolnym momencie sięgnąć do zasobów swojej wyobraźni i kreować niepowtarzalne oferty. Zobaczysz przykłady skutecznych i ciekawych kampanii marketingowych oraz sposoby ich tworzenia, nauczysz się sposobów wybierania odpowiednich technik segmentacji i pozycjonowania, poznasz nie tylko tradycyjne rodzaje marketingu, a także będziesz umiał określić klienta idealnego ... Zapraszamy

Szkolenie, na które Cię zapraszamy sprawi, że:

1. Przygotowanie **strategii marketingowej** będzie oparte na mierzalnych przesłankach, dzięki czemu w każdej chwili będziesz miał kontrolę nad procesem jej wdrażania na nowym rynku;
2. Właściwie **dobierzesz narzędzia marketingu** do promowania i sprzedaży swojego produktu lub usługi;
3. Pozwoli na prowadzenie **niestandardowych działań promocyjnych i wykorzystanie Internetu**;
4. Dokonasz **optymalizacji kosztów** poniesionych na działania związane z działaniami marketingowymi na rynku obecnym i przyszłym;



A ponad to:

5. Dowiesz się jakie procesy decydują o postrzeganiu przez Klienta produktu/ usługi i w jaki sposób wykorzystać tą wiedzę do tworzenia **skutecznej komunikacji marketingowej**;
6. Będziesz wiedział jak przeprowadzić **analizę rynku i wskazać elementy konkurencyjne i wyróżniające Twoją ofertę**;
7. Będziesz umiał jeszcze lepiej wyszukiwać „**okazje**” rynkowe.

RAMOWY PROGRAM

1. Wprowadzenie- kilka znanych prawd i mitów o marketingu.
2. Jak tworzyć i realizować strategię wygrywającą- czyli jaki wpływ na cele marketingowe ma strategia Twojej firmy.
3. Potrzeby, pragnienia, popyt, produkt, rynek – składowe części marketingu.
4. Analiza sytuacji rynkowej firmy i definiowanie grup docelowych.
5. Ile znaczą badania marketingowe?
6. Jak tworzyć przekonujące przekazy marketingowe, czyli zwiększać sprzedaż bez dodatkowych nakładów finansowych.
7. Twój Klient Idealny- czyli jak zadbać o 80% Twoich zysków.
8. Motywatory kupowania- dlaczego ludzie mają dać Ci swoje pieniądze.
9. Zmysłowe doświadczenie- zapręgnij wszystkie zmysły Klienta do pracy na Twoją korzyść.

Czas- 16 godzin, 2 dni.

Aktywne metody pracy podczas szkolenia

1. Prezentacja
2. Dyskusja moderowana
3. Burza mózgów
4. Zadania zespołowe
5. Case study
6. Wizualizacja
7. Mini wykład

Kto skorzysta najwięcej ze szkolenia

Szkolenie jest skierowane do pracowników działów marketingu i PR, pracowników działów strategicznych, działów sprzedaży, pracowników agencji reklamowych, właścicieli i prezesów, a także dla wszystkich tych, którzy na co dzień mają kontakt z menedżerskimi decyzjami oraz wdrażaniem produktów i usług na nowe rynki.

„Szkolenia szansą na podniesienie potencjału biznesowego MŚP z województwa kujawsko-pomorskiego”
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Kilka słów o prowadzącej

Sylwia Dębowska -absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko- Mazurskiego. Od 8 lat związana z marketingiem i public relations, stale wdraża i rozwija marki (m.in. Instytutu Badawczo- Szkoleniowy, Emily's Boutique, Grupa Olsztyńska Szkoła Biznesu).

Od dwóch lat zajmuje stanowisko Dyrektora Konsultingu i Szkoleń w Instytucie Badawczo-Szkoleniowym. Opracowuje projekty będące niezwyklej połączeniem sprawdzonych narzędzi marketingu, budowania wartości marki poprzez działania pr oraz nowoczesnego marketingu internetowego. Tworzyła takie marki jak NKJO i Szkoła Językowa Hello. Sztuki trenerskiej uczyła się w Pierwszym Studium Trenerów House of Minds, gdzie zdobyła poziom Certificate Desire Training of NLP. Obecnie doskonali się na studiach podyplomowych MBA w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.