

RESEARCH, CZYLI SAMODZIELNE POZYSKIWANIE WIEDZY O KONSUMENCIE I KATEGORII

Najważniejsze Cele

- Dowiesz się jak zrobić skutecznego research, który pomoże w stworzeniu strategii, zaplanowaniu kampanii czy monitorowaniu działań konkurencji
- Nauczysz się jak prostymi metodami i w szybki sposób znaleźć informacje, które pozwolą zdiagnozować sytuację marki oraz jej otoczenia konkurencyjnego
- Będziesz w stanie samodzielnie zdobyć wiedzę o konsumencie, w momencie gdy sytuacja nie pozwoli Ci na przeprowadzenie czasochłonnych i kosztownych badań rynkowych

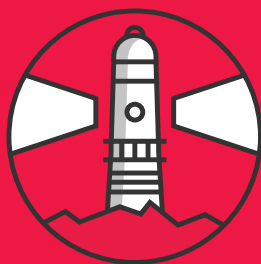
Wykładowca



Rafał Lampasiak
Strategy Director,
MullenLowe Warsaw

Dla Kogo?

Warsztat przeznaczony jest przede wszystkim dla pracowników działu marketingu i agencji. Może być szczególnie przydatne dla osób, które dopiero zaczynają swoją przygodę z marketingiem i reklamą. Zapraszamy brand managerów, specjalistów od działań PR, strategów i pracowników działu obsługi klienta.



O Warsztacie

Podczas intensywnego, jednodniowego warsztatu uczestnicy:

- Dowiedzą się, w jaki sposób szukać informacji o marce i kategorii w sieci;
- Odkryją nowe źródła wiedzy, ogólnodostępne strony i serwisy, z których warto korzystać w swojej codziennej pracy;
- Dostaną do ręki praktyczne narzędzia i wiedzę jak konstruować proste ankiety oraz wywiady z konsumentami;
- Nauczą się wybierać spośród ogromu informacji w sieci te właściwe i wiarygodne;
- Poznają techniki zbierania danych jakościowych i ilościowych zarówno siedząc przed ekranem własnego komputera, jak i "w terenie";
- Nauczą się systematyzować oraz analizować zebrane dane i informacje.



Program Warsztatu

- Desk research - jak docierać do różnych źródeł i wyszukiwać dane w sieci, z jakich źródeł korzystać, a jakich unikać?
- Badania własne - jak i kiedy tworzyć własne badania oraz pozyskiwać dane z rynku w prosty, samodzielny sposób?
- Ćwiczenie - przeprowadzenie szybkiego researchu i zastosowania uzyskanej wiedzy w praktyce podczas tworzenia nowego pozycjonowania marki.



Inspiracja

Dobry research powinien być podstawą każdego projektu marketingowego. Żeby być skutecznym i nowatorskim w swoich działaniach, każdy marketer czy pracownik agencji musi zebrać niezbędną ilość wiedzy o kategorii i konsumencie przed rozpoczęciem rzeczywistej pracy. Niestety proste zapytanie wpisane do wyszukiwarki nie zawsze jest skuteczne, z drugiej strony nie zawsze też mamy czas i budżet na przeprowadzenie profesjonalnych badań rynku. Na szczęście możliwości samodzielnego zbierania wiedzy jest mnóstwo, trzeba tylko umieć zajrzeć w odpowiednie miejsca i zadać odpowiednie pytania. Trzeba tylko posiadać niezbędną wiedzę na temat źródeł i technik korzystania z nich.

Organizacja zajęć



Otrzymujesz dostęp do platformy szkoleniowej z materiałami ze szkolenia, Twoim certyfikatem oraz dostępem do kolejnych kursów w **Szkole Marki SAR**

- Lokalizacja
Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
- Koszt udziału:
900 zł netto dla członków SAR
1100 zł netto dla firm niezrzeszonych
- Zapisy
szkolenia@sar.org.pl
- Zapewniamy
Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.