




**sar:**

## KALENDARZ SZKOLEŃ 2020





Warsztaty **On\_Line**

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
<b>Praca z briefem</b>	<p>Brief to początek procesu planowania projektu komunikacyjnego. Jedynie bazując na zebranych od klienta informacjach, agencja może być gotowa do przygotowania i nanoszenia zmian w projekcie.</p> <p>Bez briefu nie istnieje komunikacja w projekcie marketingowym, bez briefu nie ma kampanii, brief musi znać każdy.</p> <p>W SAR wypracowaliśmy zakres briefu, który przyjął cały rynek. Poznaj go od podstaw i pracuj profesjonalnie.</p>	 <p><b>Marcin Samek</b> McCann Worldgroup</p>	<p>24.09.2020 r. 05.11.2020 r.</p>	<p><b>500,00 zł netto</b> <i>(Cena dla członków SAR)</i></p> <p><b>550,00 zł netto</b> <i>(Cena dla firm niezrzeszonych)</i></p>	<p><a href="#">BROSZURA Praca z briefem</a></p>
<b>Storydoing, czyli nowy sposób na budowanie spójnej i silnej marki</b>	<p>W świecie, gdzie coraz większe znaczenie dla konsumentów ma transparentność oraz autentyczność, wiele marek wciąż koncentruje się na opowiadaniu fikcyjnych, reklamowych historii za pomocą nieinteraktywnych kanałów komunikacji.</p> <p>Kiedy storytelling skupia się najczęściej na opowiadaniu ciekawej i zapamiętywalnej historii, storydoing zakłada jej osadzenie w realnym życiu i świecie konsumentów.</p> <p>Marka budowana w tym modelu będzie bardziej aktywnie angażować swoich konsumentów, skutecznie budować zaufanie i wprowadzać w życie swoje wartości.</p>	 <p><b>Rafał Lampasiak</b> MullenLowe Warsaw</p>	<p>16.10.2020 r. 04.12.2020 r.</p>	<p><b>550,00 zł netto</b> <i>(Cena dla członków SAR)</i></p> <p><b>650,00 zł netto</b> <i>(Cena dla firm niezrzeszonych)</i></p>	<p><a href="#">BROSZURA Storydoing</a></p>
<b>Research, czyli samodzielne pozyskiwanie wiedzy o konsumentach i kategorii</b>	<p>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.</p> <p>Na szczęście możliwości samodzielnego zbierania wiedzy jest mnóstwo, trzeba tylko umieć zajrzeć w odpowiednie miejsca i zadać odpowiednie pytania.</p>	 <p><b>Rafał Lampasiak</b> MullenLowe Warsaw</p>	<p>18.09.2020 r. 20.11.2020 r.</p>	<p><b>550,00 zł netto</b> <i>(Cena dla członków SAR)</i></p> <p><b>650,00 zł netto</b> <i>(Cena dla firm niezrzeszonych)</i></p>	<p><a href="#">BROSZURA Research</a></p>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
<b>Marketing logiczny i efektywny- czyli jak podnieść skuteczność działań w marketingu?</b>	<p>Kluczowym wyzwaniem w marketingu jest skuteczność. Osiągniesz ją, jeśli zamiast na przypuszczeniach, czy modnej retoryce, będziesz swoje decyzje opierać na twardych danych oraz solidnej i aktualnej wiedzy.</p> <p>Jeśli zastanawiasz się :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Czy warto robić segmentację w czasach Byrona Sharpa?</li> <li>→ Ile budżetu przeznaczyć na budowanie wizerunku, a ile na aktywację sprzedaży?</li> <li>→ Targetować wąsko, czy szeroko?</li> <li>→ Stawiać na penetrację, czy lojalność?</li> <li>→ Jak ma się kreatywność do efektywności?</li> </ul> <p>Koniecznie przyjdź na wykład.</p>	 <p><b>Marta Jaskulska</b> BrandLogic</p>	01.10.2020 r.	<p><b>50,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>100,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Marketing logiczny i efektywny</a>
<b>Metody twórczego myślenia</b>	<p>Co przychodzi Ci do głowy, kiedy myślisz o kreatywności? Designer tworzący porywający logotyp? Projektant z wyobraźnią i umiejętnościami dla współczesnej architektury? Oryginalny myśliciel uznawany za geniusza?</p> <p>Oczywiście to wszystko to kreatywność, ale kreatywność w biznesie to także wartościowe i praktyczne sposoby działania.</p> <p>Dzięki udziałowi w warsztacie uczestnicy będą mogli poznać szerokie spektrum metod zwiększających elastyczność i oryginalność myślenia oraz nabyć praktyczne umiejętności stosowania omawianych metod w praktyce.</p>	 <p><b>Marek Staniszewski</b> Heuristica</p>	23.10.2020 r. 26.11.2020 r.	<p><b>500,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>550,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Metody twórczego myślenia</a>
<b>Zasady wdrażania strategii marki</b>	<p>Strategia biznesowa i strategia marki powinny być ze sobą ściśle powiązane. Wielu menedżerów jest przekonanych, że o ile strategia biznesu ma zasadnicze znaczenie, to strategia marki jest jedynie narzędziem marketingowym. W rezultacie firmy wyznaczają ambitne cele, ale nie zastanawiają się na tym, w jaki sposób inwestować w markę i korzystać z jej siły.</p> <p>Przez zdradliwe rafy komunikacji przeprowadzi Cię Marek Staniszewski, który w przystępnej i „kompaktowej” formie analizuje i przekazuje najskuteczniejsze metody budowania strategii marki.</p> <p>Uczestnicy szkolenia przechodzą przez cały proces strategicznego myślenia- od analizy rynku i trendów, poprzez kształtowanie przewagi konkurencyjnej do sposobów zarządzania wartością marki i zwiększania jej zasobów poprzez efektywną komunikację.</p>	 <p><b>Marek Staniszewski</b> Heuristica</p>	20.10.2020 r. 24.11.2020 r.	<p><b>500,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>550,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Zasady wdrażania strategii marki</a>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
<b>Insighty i archetypy</b>	<p>Choć konsumenci- jak każdy z nas- funkcjonują na co dzień w oparciu o utrwalone schematy poznawcze, to rzadko są ich świadomi. Nie do końca uświadamiają sobie również jakie motywy kierują ich działaniami, w jaki sposób dokonują oceny sytuacji lub jak podejmują decyzje i wybory. Takie ukryte, niewyrażone wprost motywy i potrzeby należą do szerokiej kategorii consumer insights.</p> <p>Co to właściwie jest ten cały consumer insight i dlaczego trudno go sensownie wytłumaczyć? W jaki sposób ludzie podejmują najważniejsze decyzje- nie tylko te związane z kupowaniem produktów?</p> <p>Podczas autorskiego warsztatu gwarantujemy minimum teorii i maksimum praktyki. Angażująca formuła pozwala uczestnikom na bieżąco stosować zdobytą wiedzę.</p>	 <p><b>Marek Staniszewski</b> Heuristica</p>	06.10.2020 r. 03.11.2020 r.	<p><b>500,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>550,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Insighty i archetypy</a>
<b>Zarządzanie marką w sytuacji kryzysowej</b>	<p>Czas gwałtownych zmian powoduje instynktowną reakcję - masz ochotę schować się i przeczekać. Albo - jeśli straciłeś właśnie połowę budżetu marketingowego - masz pokusę, aby postawić wszystko na krótkoterminowe działania sprzedażowe.</p> <p>Ten warsztat to przyspieszony kurs kryzysowego zarządzania marką, produktem i komunikacją. Nauczysz się, jak w czasie kryzysu nie tylko nie zrobić kroku wstecz, ale przyspieszyć, kiedy inni zaczynają hamować.</p>	 <p><b>Marta Jaskulska</b> BrandLogic</p>	08.10.2020 r.	<p><b>50,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>100,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Zarządzanie marką w sytuacji kryzysowej</a>
<b>Jak budować markę krok po kroku</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Czym jest marka i jak ją tworzyć?</li> <li>→ Od czego zaczyna się budowanie marki - od insightu, od misji, od produktu?</li> <li>→ Na jakie pytania trzeba znać odpowiedzi?</li> <li>→ Co to jest strategia marki i jak to się ma do pozycjonowania czy strategii komunikacji?</li> <li>→ Czym różni się strategia marki od strategii marketingowej i strategii komunikacji?</li> <li>→ Jak odróżnić tożsamość marki od wizerunku i pozycjonowania?</li> </ul> <p>Dzięki udziałowi w szkoleniu uczestnicy nauczą się odpowiadać na powyższe pytania, ich wiedza o marce będzie spójna, klarowna i uporządkowana.</p>	 <p><b>Marta Jaskulska</b> BrandLogic</p>	24.09.2020 r. 22.10.2020 r.	<p><b>650,00 zł netto</b> (Cena dla członków SAR)</p> <p><b>700,00 zł netto</b> (Cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<a href="#">BROSZURA Jak budować markę krok po kroku</a>

Szkolenie	Tematyka szkolenia	Prowadzący	Daty	Cena	Broszura
<b>Social Media Marketing</b>	<p>4-godzinny warsztat to dawka skondensowanej, praktycznej wiedzy pozwalającej na efektywne wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach marketingowych. Szczególny nacisk położony jest na wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji online.</p> <p>Interaktywny warsztat to skondensowane i podane „w pigułce” najistotniejsze zagadnienia teoretyczne oparte na wynikach najnowszych badań.</p>	 <p>Anna Bianchi The AD Store</p>	24.11.2020 r.	<p><b>400 zł netto</b> (cena dla członków SAR)</p> <p><b>450 zł netto</b> (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p><a href="#">BROSZURA Social Media Marketing</a></p>
<b>Zintegrowana promocja online</b>	<p>Interaktywny, jednodniowy warsztat pozwala przyswoić najistotniejsze zagadnienia teoretyczne podane „w pigułce” i oparte na najnowszych wynikach badań oraz poznać realne przykłady skutecznych, zintegrowanych kampanii promocyjnych online z różnych rynków geograficznych. Warsztat daje również możliwość poznania narzędzi i zbudowania strategii komunikacji online dla własnej marki, produktu, usługi czy przedsiębiorstwa.</p>	 <p>Anna Bianchi The AD Store</p>	10-11.12.2020 r.	<p><b>800 zł netto</b> (cena dla członków SAR)</p> <p><b>900 zł netto</b> (cena dla firm niezrzeszonych)</p>	<p><a href="#">BROSZURA Zintegrowana promocja online</a></p>

## Organizacja zajęć



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

- Zapisy  
[szkolenia@sar.org.pl](mailto:szkolenia@sar.org.pl)
- Zapewniamy  
Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.