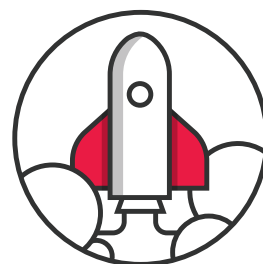


EFEKTYWNOŚĆ KOMUNIKACJI MARKI

Poziom **3**



Laboratorium

Projektowanie doświadczeń klienta

Najważniejsze Cele

- Poznasz nowe sposoby budowania wartości marki w nowoczesnym środowisku komunikacyjnym.
- Otrzymasz wachlarz skutecznych metod i narzędzi pracy nad brand experience.
- Poznasz proces pracy z projektowaniem doświadczeń we współpracy z partnerami reprezentującymi wiele różnych kompetencji marketingowych.
- Wypróbujesz na konkretnej marce sposoby projektowania brand experience dla konsumentów.

Wykładowca



Łukasz Zaleśny

Strategy & Innovation Director
Agencja mediowa Blue 449

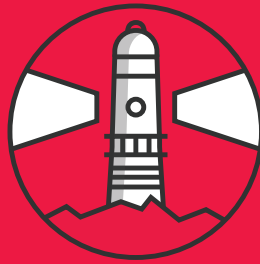
Dla Kogo?

Laboratorium brand experience przeznaczone jest dla osób odpowiedzialnych za komunikację marki w tradycyjnych i nowoczesnych punktach styku z konsumentami, chcących prowadzić skuteczną komunikację na styku mediów i kreacji:

- brand managerów
- marketing managerów
- strategów

oraz dla innych osób odpowiedzialnych za customer brand experience w organizacjach lub w agencjach.

Laboratorium przeznaczone jest dla osób z co najmniej 3-letnim doświadczeniem z zarządzaniem markami.



O Laboratorium

Jednodniowe laboratorium prowadzone przez Łukasz Zaleśnego - stratega z jednej z największych grup reklamowych w Polsce, pozwalające zdobyć nowe umiejętności oraz poznać narzędzia zarządzania doświadczeniem marki przez klienta.

Laboratorium kładzie nacisk na efektywne połączenie wielu kompetencji ekspertów, z którymi marketerzy pracują na co dzień. Przechodzisz z nimi przez kolejne touchpointy, gdzie ćwiczysz poznane narzędzia na konkretnej marce. Przetestujesz te narzędzia i metody pracy przy projektowaniu doświadczeń konsumenta z marką. Nauczysz się, jak te metody wykorzystywać w praktyce. Poznasz też narzędzia, dzięki którym zdecydowanie łatwiej będzie Ci przekonać współpracowników do nowego sposobu pracy – to pozwoli wdrożyć poznane podczas laboratorium rozwiązania w Twojej organizacji.



Program Laboratorium

CBRAND EXPERIENCE

- Zmiana zachowań konsumentów ze względu na adaptację technologii
- Ewolucja sposobu budowania marek i skuteczności komunikacji
- Specjalizacja i komplikacja rynku komunikacji marketingowej
- Ludzie nie są racjonalni - jak można zmieniać zachowania bez zmiany postaw i wartości (ekonomia behawioralna)?
- Spójne czy niespójne działania i aktywacje reklamowe (komunikacja zintegrowana)

CUSTOMER JOURNEY

- Nowy konsument wymusza nowe modele pracy w obszarze marketingu
- Nowe touchpointy i zmiana obecnych punktów styku z marką (omnichannel)
- Czym jest nowy model customer journey, do czego i jak jest wykorzystywany
- Kluczowe etapy ścieżki zakupowej konsumentów

JOBS TO BE DONE

- Płatne i bezpłatne narzędzia poznawania ścieżki decyzyjnej konsumenta
- Definiowanie i priorytetyzacja najstarszych doświadczeń z marką
- Strategie wzrostu marki w zależności od etapu customer journey

PROJEKTOWANIE DOŚWIADCZEŃ

- Rola idei i emocji w doświadczaniu marki przez konsumentów
- Projektowanie interakcji i interwencji komunikacyjnych we wszystkich punktach styku - zarówno offline jak i online
- Opracowanie mapy doświadczeń z marką
- Sposoby mierzenia doświadczeń konsumenta z marką



Inspiracja

Czym jest customer brand experience i jak zostać reżyserem doświadczeń marki w wielu punktach styku z konsumentem jednocześnie?

Jaki związek z tym mają nowe technologie i najnowsze odkrycia naukowe w dziedzinie ekonomii behawioralnej?

Czym jest customer journey i jakie są najnowsze sposoby pracy z tym modelem?

Dlaczego konsumenci rezygnują na etapie rozważania marki?

Jak projektować mapę doświadczeń z marką, aby skutecznie podnosić wartość marki?

Jak połączyć kompetencje wielu konkurujących ze sobą agencji w jedną

angażującą kampanię w wielu kanałach komunikacji?

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:

800 zł netto dla członków SAR

1000 zł netto dla firm niezrzeszonych

- Zapisy

szkolenia@sar.org.pl

- Zapewniamy

Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.

Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.