



SZKOLENIA ZAMKNIĘTE PRZYGOTOWYWANIE AKCJI PROMOCYJNYCH

Kompetencje

Innowacyjność
Skuteczność
Kreatywność
Biznes



PROGRAM

Moduł 1- Marka

- Czym jest marka i jaką pełni funkcję;
- Dlaczego jest tak ważna;
- Jak budować markę;
- Czym jest strategia komunikacji marki.

Moduł 2- Shopper

- Różnica pomiędzy konsumentem a shopperem;
- Czego oczekuje shopper;
- O czym i jak decyduje;
- Dlaczego jest tak ważny w kontekście promocji i sprzedaży.

Moduł 3- Promocja sprzedaży

- Czemu tak naprawdę służy;
- Jaka jest jej rola w nowoczesnym marketingu;
- Czy zawsze się opłaca.

Moduł 4- Wybrane narzędzia promocyjne

- Omówienie narzędzi promocyjnych, takich jak:
- Konkurs
- Loteria
- B&G
- Cash back
- Sampling
- Animacje

Moduł 5- Część warsztatowa

Przeprowadzenie warsztatu polegającego na zaplanowaniu efektywnej komunikacji sprzedaży.