

BUDOWANIE MISJI SPOŁECZNEJ I KOMUNIKOWANIE DZIAŁAŃ CSR MARKI.

Najważniejsze Cele

- Nauczysz się tworzyć misję społeczną marki i wprowadzać ją w życie budując jej spójny i atrakcyjny wizerunek
- Dowiesz się jak konstruować działania CSR tak, by nie były tylko dodatkiem do komunikacji Twojej marki, a stanowiły jej wartościowy filar, budujący trwałą relację z konsumentem
- Poznasz najlepsze praktyki działań związanych z odpowiedzialnością społeczną oraz marki, które za nimi stoją

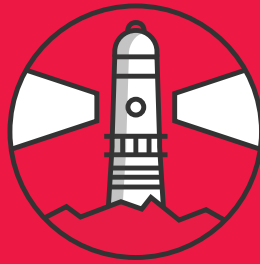
Wykładowca



Rafał Lampasiak
Strategy Consultant Scholz&Friends

Dla Kogo?

Warsztat przeznaczony jest dla osób odpowiedzialnych za komunikację i budowanie marki. Zapraszamy przede wszystkim osoby odpowiedzialne za działania CSR po stronie klienta, jak i agencji. Pracownicy działu marketingu, PR oraz przedstawiciele agencji, w szczególności działów obsługi klienta i strategii.



O Warsztacie

Podczas intensywnego, jednodniowego warsztatu uczestnicy uzyskają odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jak się wyróżnić i zbudować unikalny wizerunek marki posiłkując się jej misją społeczną?
- Na jakim poziomie misja społeczna i działania CSR powinny być spójne z wartościami i esencją marki?
- Kiedy i w jakie działania społeczne powinna angażować się marka?
- Jak promować działania CSR i jakich kanałów komunikacji używać?
- Jak ustalać proporcje w komunikowaniu działań CSR względem regularnej komunikacji marki?
- Czy CSR może mieć bezpośredni wpływ na sprzedaż produktów i usług?
- Jak promować misję społeczną wewnątrz organizacji?
- Kooperacje z organizacjami zewnętrznymi w zakresie działań CSR - jaki mają wpływ na ich skuteczność, i jak przekładają się na naszą markę?
- Jak wyglądają światowe trendy w komunikacji i jak ważna jest rola działań odpowiedzialnych społecznie?
- Jakie są dobre i złe przykłady działań CSR?



Program Warsztatu

- Przykłady najciekawszych praktyk ze świata oraz Polski w postaci case studies - analiza i inspiracje
- Budowanie strategii marki w oparciu o jej misję społeczną i CSR - jak projektować i wdrażać komunikację
- Warsztat, na którym uczestnicy w praktyce sami spróbują stworzyć misję społeczną marki i wcielić ją w życie za pomocą różnych aktywności



Inspiracja

Współcześni konsumenci pokładają w markach coraz więcej nadziei oraz oczekują od nich czegoś więcej niż tylko promocji swoich produktów i usług. Najnowsze badania pokazują, że z roku na rok, coraz więcej konsumentów, również w Polsce, twierdzi, że to marki powinny brać na siebie ciężar walki o "lepszego świat". Oczekujemy od nich coraz to więcej transparentnych działań, które mają realny wpływ na lokalne i globalne problemy. Dziś nie powinniśmy myśleć o działaniach CSR jako czymś co "warto robić", spójna strategia odpowiedzialności społecznej marki to coś co "trzeba robić" aby konsumenci nas wciąż cenili i kupowali nasze produkty.

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.