

NOWOCZESNE FORMY MARKETINGU

CZAS TRWANIA SZKOLENIA – 2 DNI (16 godzin szkoleniowych, 1 godzina szkoleniowa = 45 minut)

OPIS SZKOLENIA:

Szkolenie z nowoczesnych form marketingu ma przede wszystkim, na celu przedstawienie uczestnikom alternatywnych metod i narzędzi marketingowych, dzięki którym podniosą efektywność dotarcia do odbiorców bez dużych nakładów finansowych.

CEL SZKOLENIA:

- Zdobyć wiedzę na temat różnic pomiędzy „tradycyjnym” marketingiem a marketingiem partyzanckim
- Zdobyć wiedzę na temat strategii oraz narzędzi nowoczesnego marketingu
- Poznanie reguł jakimi rządzi się nowoczesny marketing
- Zdobyć wiedzę na temat skutecznych metod promocji w Internecie (w szczególności w obrębie social media)
- Nabycie umiejętności efektywnego kreowania wizerunku firmy w sieci
- Nabycie umiejętności prowadzenia kreatywnych kampanii w mediach społecznościowych

FORMA PRZEPROWADZENIA ZAJĘĆ:

- wykład – konsultacje
- warsztaty
- case studies

PROGRAM SZKOLENIA:

Co to jest marketing partyzancki – charakterystyka

- Kto go używa?
- „Co” się na niego składa?
- Do jakiego typu organizacji/ urzędów/ Brandów (miasto, region) jest stosowany?

Określenie relacji pomiędzy „klasycznym” marketingiem i jego nośnikami a marketingiem partyzanckim

- Dlaczego marketing partyzancki jest bardziej efektywny niż tradycyjny?

Nowoczesny MINDSET – zmiana myślenia

- Przełączenie się na: otwartość, kreatywność i zaangażowanie
- Narzędzia pobudzające kreatywność

Typowe strategie i taktyki marketingu partyzanckiego:

- Marketing personalny (buddy marketing)
- Social media
- Eventy i inne

Znaczenie social media w kreowaniu wizerunku firm:

- Social media i ich rola w promocji firmy
- Social media jako miejsce do pozyskiwania klienta
- Social media jako miejsce kontaktu z dziennikarzami

Komunikacja z publicznością za pomocą social media:

- Bezpośrednie zaangażowanie klienta – kreatywne metody
- Budowanie lojalności za pośrednictwem social media

Najbardziej istotne portale społecznościowe w Polsce:

- Facebook
- Kreatywne prowadzenie fan page
- Pomysłowa reklama na facebook
- Kiedy i dla kogo organizować konkursy
- LinkedIn
- Pinterest, Instagram i ich znaczenie dla budowania wizerunku firmy
- Nowe rozwiązania: Snapchat i Periscope

Blogi i mikro blogi:

- Rodzaje blogów i ich znaczenie w budowaniu wizerunku firmy
- Blogi tematyczne, eksperckie, korporacyjne i dedykowane
- Twitter.com – czy dla wszystkich?
- Czy i kiedy pisać bloga firmy?
- Jak pisać dobrego bloga? – skuteczny copywriting

Vlogi oraz You Tube:

- Case studies
- Marketing na You Tube
- Zwiększanie oglądalności poprzez angażowanie klienta

Skuteczna strategia marketingowe w social media

- Budowanie efektywnej strategii dla działań w social media
- Jak tworzyć skuteczną reklamę internetową
- Mierzenie efektywności działań w social media

Narzędzia pozwalające na planowanie i wdrażanie strategii

- Buffer, Hootsuite, TweeterDeck – jak wybrać najlepsze dla nas.

Narzędzia nowoczesnego marketingu:

- Case studies pod kątem narzędzi marketingu partyzanckiego (ze względu na niekonwencjonalność tych narzędzi tylko taka forma przekazu jest możliwa i skuteczna)

Nowe kanały dotarcia do odbiorcy

- Niekonwencjonalne sposoby dotarcia do odbiorcy (w nieoczekiwanym czasie i przy użyciu nieoczekiwanych metod, nośników – case studies)

Tworzenie planu działania z uwzględnieniem kreatywnych rozwiązań.