

Nowoczesny marketing

1. Psychologia zachowań konsumenckich:

- Proces podejmowania decyzji „zakupowych”
- Rola emocji w podejmowaniu decyzji zakupu
- Dlaczego Klienci odchodzą?
- Pozycjonowanie oferty handlowej i segmentacja rynku - panel dyskusyjny, ćwiczenia w grupach
- Segmentacja a ocena rentowności
- Gdzie zamierzamy szukać nowych klientów?
- Co chcemy sprzedawać ?

2. Badania marketingowe

- Ustalanie metod marketingu pod kątem klienta
- Rodzaje badań marketingowych
- Badania preferencji odbiorców
- System wywiadu marketingowego

3. Zasady opracowania i prezentacji planu marketingowego

- Określanie celu
- Prognozy i plany
- Pozyskiwanie informacji wewnętrznej i z otoczenia rynkowego
- Budżet i kontrola realizacji
- Sposoby prezentacji

PR i budowanie marki w Internecie

1. Public Relations – istota PR, strategia PR

- Budowanie relacji z otoczeniem – Internet, media elektroniczne i tradycyjne
- Kreowanie wizerunku w sieci, nowoczesne narzędzia, case study

2. Branding- budowanie potęgi marki w Internecie

- branding, czyli jak kreować niezapomniane marki

- Briefowanie, analiza i audyt wizerunku, projektowanie, wdrożenie strategia marki
- PR wewnętrzny
- jak opracować strategię i plan komunikacji wewnętrznej, intranet, chat, e-mailing

Warsztaty e- kreowanie marki Social media 16 h

1. Social Media - jak odnieść sukces w mediach społecznościowych?

- Facebook i inne media – kampanie reklamowe
- Marketing wirusowy

2. Przykłady i analiza trafnych kampanii z wykorzystaniem portali społecznościowych

- Najnowsze trendy i możliwości w mediach społecznościowych w Polsce i na świecie
- Jak działa Facebook, Instagram, Twitter?
- Profil a fanpage - cechy wspólne, różnice, zależności, powiązania
- Czym jest Fanpage?
- Różnica między Grupą, a Fanpage
- Skuteczne prowadzenie Fanpagea
- Możliwości reklamowe w social mediach
- Regulamin Facebooka, Twittera, Instagrama