

Od strategii komunikacji do kierunku kreatywnego

Celem szkolenia jest zdobycie wiedzy na temat procesu formułowania strategii komunikacji oraz przełożenia jej na kreatywne formaty reklamowe. Uczestnicy poznają praktyczne narzędzia strategiczne oraz techniki kreatywne stosowane przez praktyków. Porozmawiamy o wyznaczaniu celów, grupach docelowych, budowaniu skutecznego komunikatu, technikach kreatywnych, zarządzaniu procesem kreatywnym oraz tajnikach produkcji.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do osób, które chcą rozwijać swoje umiejętności w zakresie planowania i wdrażania strategii komunikacji marketingowej oraz zarządzania procesem kreatywnym. W szczególności jest dedykowane:

- specjalistom ds. marketingu, brand managerom i pracownikom agencji reklamowych,
- osobom odpowiedzialnym za tworzenie i realizację kampanii reklamowych,
- przedsiębiorcom i właścicielom marek, którzy chcą efektywnie promować swoje produkty lub usługi,
- wszystkim, którzy chcą zdobyć praktyczną wiedzę i narzędzia do pracy z komunikacją i kreatywnym contentem.



Korzyści

- Uczestnik nauczy się segmentować rynek i wybierać odpowiednie grupy docelowe, stosując formułę STP.
- Dowie się, jak budować lejek sprzedażowy, liczyć konwersję między jego etapami i wyznaczać cele marketingowe na tej podstawie.
- Zrozumie, jak formułować cele biznesowe, marketingowe i komunikacyjne oraz dopasowywać je do strategii marki.

- Pozna różne style działania reklamy oraz nauczy się projektować kampanie sprzedażowe i wizerunkowe, uwzględniając ich efekty w krótkim i długim okresie.
- Opanuje techniki budowania skutecznego komunikatu reklamowego z wykorzystaniem modelu OCTA oraz procesu znajdowania insightów.
- Dowie się, jak przygotować brief kreatywny oraz na czym polega efektywne pozycjonowanie marki.
- Nauczy się zarządzać procesem kreatywnym, od generowania pomysłów, przez ich prezentację, aż po feedback i produkcję materiałów.
- Pozna tajniki produkcji materiałów foto i wideo, zdobywając wiedzę przydatną w realizacji kampanii reklamowych.



Program szkolenia

1. Segmentacja - Targetowanie - Pozycjonowanie

- Teoria formuły STP
- Jak segmentować rynek?
- Wstęp do badań ilościowych i jakościowych
- Jak wybrać target komunikacyjny dla marki?
- Co to jest pozycjonowanie i jakie są jego składowe?

2. Lejek sprzedażowy

- Teoria lejka sprzedażowego i sposoby na jego dostosowanie do swojego biznesu
- Liczenie konwersji pomiędzy etapami lejka
- Określanie celu marketingowego na bazie danych z lejka sprzedażowego

3. Cele w komunikacji marketingowej

- Model biznesowy marki
- Cele biznesowe
- Cele marketingowe
- Cele komunikacyjne

4. Jak działa reklama

- Historia reklamy i omówienie różnych sposobów rozumienia reklamy na przestrzeni lat
- Style działania reklamy
- Aktywacje sprzedażowe – cechy charakterystyczne i przewidywane efekty
- Kampanie wizerunkowe – cechy charakterystyczne i przewidywane efekty
- Działanie reklamy w krótkim i długim okresie

5. Komunikat

- Model OCTA – jak zbudować skuteczny komunikat reklamowy
- Insight – definicja, przykłady oraz proces budowania insightu w reklamie
- Badania jakościowe jako sposób na znalezienie insightów + jak je przeprowadzić na własne potrzeby?

6. Strategia marki, pozycjonowanie i briefowanie kreatywnych

- Jakie składowe powinna zawierać strategia

- Co to jest pozycjonowanie marki
- Rola i zadanie briefu kreatywnego

7. Techniki kreatywne i zarządzanie procesem kreatywnym

- Przygotowanie do procesu kreatywnego
- Proces kreatywny i techniki generowania pomysłów – jak kreatywni wymyślają pomysły?
- Prezentacja pomysłów – jak sprzedać swój pomysł
- Zarządzanie procesem kreatywnym, feedbackowanie pracy kreacji
- Produkcja materiałów foto i video



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenie wliczone są:

- Prezentacja szkoleniowa
- Dyplom ukończenia szkolenia



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski