

Strategia marki

W dzisiejszym dynamicznym i stale ewoluującym świecie biznesu kreowanie marki nie może być dziełem przypadku ani wynikiem nieplanowanej komunikacji marketingowej. Proces ten wymaga świadomego podejścia, które należy rozpocząć od opracowania przemyślanej strategii marki. Taka strategia stanowi fundament, na którym marketerzy krok po kroku budują silne i trwałe marki.

Aby osiągnąć sukces, kluczowe jest zdobycie odpowiedniej wiedzy oraz umiejętności w tym obszarze. Szkolenie rozpoczyna się od omówienia różnych, często wykorzystywanych w marketingu, sposobów definiowania strategii marki. Następnie uczestnicy zapoznają się z kluczowymi modelami, które pozwalają tworzyć strategię w sposób prosty, praktyczny i efektywny.

W dalszej części szkolenia szczegółowo analizowane są poszczególne elementy składające się na strategię marki. Całość wzbogacono licznymi przykładami oraz krótkimi ćwiczeniami, które pomagają uczestnikom lepiej zrozumieć tematykę i zastosować zdobyte umiejętności w praktyce.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie adresowane jest do odbiorców na różnym poziomie: osobom stawiającym pierwsze kroki w marketingu pozwoli zapoznać się z tematyką strategii marki, natomiast dla osób średniozaawansowanych będzie doskonałą aktualizacją zdobytej wiedzy i jej uporządkowaniem.

Przykładowe stanowiska pracy, dla których przeznaczone jest szkolenie: specjaliści ds. marketingu/marketingu digitalowego, managerowie i dyrektorzy marketingu, brand managerowie, Przedsiębiorcy rozwijający swoje marki, specjaliści ds. komunikacji i PR, specjaliści ds. digital marketingu w firmach, analitycy marketingowi, pracownicy zajmujący się planowaniem marketingu strategicznego.



Korzyści

- Zrozumienie kluczowych elementów strategii marki oraz ich wpływu na sukces firmy
- Praktyczna wiedza na temat najczęściej stosowanych modeli strategii marki (np. piramida marki, brand key)
- Umiejętność tworzenia kompleksowej strategii marki krok po kroku
- Gotowe narzędzia i ćwiczenia do definiowania esencji, obietnicy, osobowości oraz roli marki
- Poznanie skutków braku strategii marki oraz korzyści płynących z jej wdrożenia
- Inspiracja dzięki praktycznym przykładom i hipotetycznym case studies
- Możliwość natychmiastowego zastosowania zdobytej wiedzy podczas ćwiczeń warsztatowych



Program szkolenia

1. Istota strategii marki
 - Jak definiowana jest strategia marki?
 - Różne modele zapisywania strategii marki
2. Dlaczego strategia marki jest ważna i jakie daje korzyści?
 - Co się dzieje jeśli brakuje strategii marki?
 - Case study – korzyści wynikające z posiadania strategii marki
 - Co warto zapamiętać o strategii marki?
3. Kluczowe elementy strategii marki
 - Jak rozpisać strategię marki?
 - Co trzeba wiedzieć zanim zapiszemy strategię marki?
 - Jak określić rolę marki?
 - Główne zadanie marki
 - Źródła wzrostu marki jako istotny element strategii marki
 - Trochę o grupie docelowej marki
 - Esencja marki jako najważniejszy komponent strategii marki
 - Obietnica marki
 - Tonalność marki
 - Osobowość marki
 - Temat marki jako ostatni element strategii marki
4. Całościowe zapisanie strategii marki
 - Zapisanie strategii marki w wybranym modelu
5. Q&A i podsumowanie szkolenia



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 8 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski