

INSIGHTY I ARCHETYPY W BUDOWANIU STRATEGII KOMUNIKACJI MAREK W BRANŻY RETAIL

Warsztat realizowany w ramach cyklu PRCH Marketing Expert we współpracy ze Stowarzyszeniem Komunikacji Marketingowej SAR. Program warsztatu został specjalnie stworzony w odpowiedzi na zdiagnozowane potrzeby marketingu centrów handlowych.

Inspiracja

Choć klienci funkcjonują w oparciu o utrwalone schematy poznawcze, to rzadko są ich świadomi. Nie do końca uświadamiają sobie również jakie motywy kierują ich działaniami, w jaki sposób dokonują oceny sytuacji i podejmują decyzje. Takie ukryte motywy i potrzeby należą do szerokiej kategorii 'consumer insights'. Dla marketingu, tego rodzaju „wglądy” są bezcenne – dzięki nim można nawiązać autentyczną i silną relację z klientami, a przez to skutecznie realizować cele biznesu.

Nawiązując do ukrytych wzorców i motywacji emocjonalnej klienta, pozwalamy mu szybko identyfikować się z naszym przekazem. Archetypy i storytelling stają się w tym przypadku skutecznymi narzędziami komunikacji.

Wykładowca



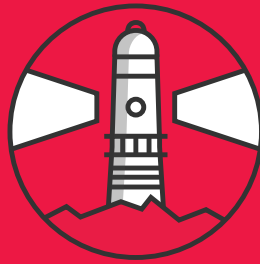
Marek Staniszewski
Heuristica - założyciel

Dla Kogo?

Warsztaty skierowane są do osób, które zajmują się:

- zarządzaniem marką,
- określaniem założeń komunikacji marketingowej,
- tworzeniem konkretnych przekazów kierowanych do konsumentów,
- kreacją.
- customer experience/researchem

Docelowym odbiorcą warsztatów jest każdy, kto chce lepiej i pełniej zrozumieć w jaki sposób skutecznie komunikować się z konsumentem wykorzystując wiedzę na temat jego procesów decyzyjnych.



O szkoleniu

Czym właściwie jest ten cały consumer insight i dlaczego trudno go sensownie wytłumaczyć? W jaki sposób ludzie podejmują najważniejsze decyzje nie tylko te związane z kupowaniem produktów? Czym jest archetyp i jak wykorzystać archetypiczne wzory i wyobrażenia do definiowania marki i komunikacji budującej znaczące więzi? W jaki sposób konstruowana jest struktura Wielkiej Opowieści i co z tego wynika dla komunikacji marek i procesu sprzedaży?

Podczas autorskiego warsztatu Marka Staniszewskiego gwarantujemy minimum teorii i maksimum praktyki (+mnóstwo zaskoczeń!). Angażująca formuła pozwala uczestnikom na bieżąco stosować zdobytą wiedzę.

Praktyczne ćwiczenia i praca na konkretnym produkcie - podany w pigułce proces tworzenia skutecznej komunikacji od inspirującego insightu do tworzenia angażującej historii, która sprzedaje.



Program

CONSUMER INSIGHT - jak to „coś” zdefiniować i zidentyfikować?

- Omówienie koncepcji consumer insight oraz roli insightów w strategii budowania marki. Czynniki mające największy wpływ na proces decyzyjny klienta;
- Schematy poznawcze, motywacje, przekonania, ukryte założenia, uprzedzenia, postawy, stereotypy czyli... co faktycznie wpływa na konsumencki obraz świata i w jaki sposób precyzyjnie go zrekonstruować?
- EMOCJE i siła ich wpływu na klienta.
- Obserwacja zachowań klientów- zasady postępowania i wskazówki.

ARCHETYPY - ukryte wzorce napędzające marki

- Archetypiczne reprezentacje, reakcje emocjonalne i nieświadome dążenia klientów;
- Rola archetypów w budowaniu silnej i znaczącej marki;
- Funkcja sfery symbolicznej w komunikacji marki;
- Zarządzanie marką poprzez archetyp.

KOMUNIKACJA

- Jak stosować wiedzę o insightach w strategii komunikacji?
- W jaki sposób docierać do grup klientów o różnorodnych potrzebach?
- Jakie narzędzia możemy zastosować do komunikacji z klientami centrów handlowych?
- Gdzie mogą pojawić się błędy w komunikacji na linii: marka-klient?

Najważniejsze Cele

Uczestnik dzięki warsztatom będzie:

- Rozumiał w jaki sposób odbywa się proces decyzyjny klienta
- Wiedział jak docierać do wartościowych insightów
- Potrafił ocenić insight w kategoriach użyteczności marketingowej
- Rozumiał czym są archetypy jako zjawisko psychologiczne
- Potrafił wykorzystać insight w strategii komunikacji

Organizacja



- **Lokalizacja**

Stowarzyszenie Komunikacji
Marketingowej SAR
Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

- **Zapewniamy**

Materiały dydaktyczne. Pomoce naukowe.
Kawa, herbata, ciastka oraz obiad.

- **Koszt udziału:**

990 PLN netto
- firmy stowarzyszone w PRCH
1390 PLN netto
- pozostałe firmy

- **Kontakt:**

Justyna Ostrowska

Education & Research Specialist

e-mail: jostrowska@prch.org.pl

Mobile: +48 501 495 266

Anna Zachara-Widła

Research & Education Manager

e-mail: awidla@prch.org.pl

Kom: +48 519 075 049

tel./fax 22 629 23 81

Termin szkolenia

24 stycznia 2019

Rejestracja na szkolenie

www.prch.org.pl

sar : szkoła
marki



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES