

PROGRAM SZKOLENIA „Promocja i sprzedaż usług - Marketing, PR” Katarzyna Zych, Toruń, 25 IV 2014r.	
Godzina	Dzień I
9:15-10:00	Rejestracja uczestników/czek, kawa, herbata
10:00-12:00	<p>Budowanie marki PES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dlaczego warto budować markę spółdzielni socjalnych? • Marka – czym jest i jak działa? • Marketing a Public Relations – wykorzystanie w praktyce budowania marki • Prawa marketingowe – dlaczego działają i jak je wykorzystać? • Specyfika działań marketingowych oraz PR. Podobieństwa. Różnice
12:00-12:15	Przerwa na kawę
12:15-13:45	<p>Jak budować własną markę?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drzewo marki – czym jest i jak je wykorzystać? • Budowanie marki krok po kroku • Grupa docelowa a opracowanie marki • Efektywna segmentacja Klientów
13:45-14:30	Obiad
14:30-16:00	<p>Jak budować własną markę?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza potrzeb (insight) a budowanie marki • Analiza konkurencji • Osobowość przedsiębiorstwa a budowanie wizerunku • Podstawowa narzędzia promocji • Proces kształtowania pozycji rynkowej PES
16:00-16:15	Przerwa na kawę
16:15-17:15	<p>Narzędzia budowania marki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budowanie marki a wyróżnik w przekazie marketingowym • Fioletową krową być – budowanie marki PES w oparciu o wyróżnik • RTB marki – znaczenie i budowanie • Wykorzystanie narzędzi PR w budowaniu marki

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
Działanie 7.2. Przeciwdziałanie wykluczeniu i wzmocnienie sektora ekonomii społecznej.
7.2.2 Wsparcie ekonomii społecznej.
Człowiek – najlepsza inwestycja



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

