

MARKETING INTERDYSCYPLINARNY

Budowanie marketingowej przewagi konkurencyjnej,
bez obciążania budżetu



8-9 listopada 2017
Warszawa

Drodzy uczestnicy,

już w listopadzie br. zapraszamy na jedno z najważniejszych, praktycznych spotkań dotyczących efektywnego marketingu. Podczas prezentowanego warsztatu nie będziemy rozmawiać o nowym marketingu, nie odkryjemy przystawionej Ameryki i nie skupimy się na poznawaniu kosmicznych narzędzi..

Pokażemy za to, jak łączyć pomysły i możliwości. Jak tworzyć marketing, wykorzystujący synergię narzędzi innowacyjnych z tymi dobrze znanymi. Jak opuścić swoją marketingową strefę komfortu. Ale przede wszystkim, jak myśleć wielopłaszczyznowo i interdyscyplinarnie o biznesie. Pokażemy jak nie myśleć silosami, łączyć narzędzia, komunikować skutecznie do właściwego konsumenta. Opowiemy o tym jak przestać myśleć kategoriami „ja” i nauczymy myśleć o marketingu jako o Customer Journey.

Podczas warsztatów, zaprezentujemy 6 wyjątkowych bloków tematyczny, podczas których znakomici eksperci oraz praktycy opowiedzą o efektywnym wykorzystaniu podejść i narzędzi marketingowych. Zaprezentują nowe możliwości, wyjaśnią na czym polega efektywne ich wykorzystanie, ale co więcej, poprowadzą ćwiczenia, których celem będzie dogłębne zrozumienie mechanizmów ich działania. Dzięki naszemu, w 100% praktycznemu warsztatowi dowiedzie się jak zbudować marketingową przewagę konkurencyjną!

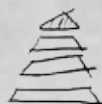
Pokażemy przewagę w sposobie myślenia w marketingu!

Zapraszam serdecznie,
Magdalena Marczak



Project Manager

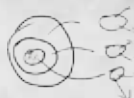
Podczas warsztatów odbędzie się 6 BLOKÓW TEMATYCZNYCH:



Wielopłaszczyznowość i interdyscyplinarność
w skutecznym marketingu



Targetowanie psychograficzne



Targetowanie behawioralne



Nowoczesna gamifikacja LOJALNOŚĆ 3.0

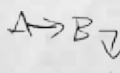


Monitorowanie mediów a strategia
marketingowa

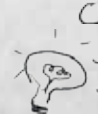


Real time marketing

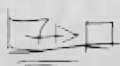
Każdy BLOK TEMATYCZNY składać się będzie z 3 części:



wprowadzenie teoretyczne dotyczące
danego narzędzia



CASE STUDY, czyli konkretny przykład
efektywnego jego wykorzystania



praktyczne ćwiczenie utrwalające
mechanikę jego działania

Warsztat skierowany do:



Dyrektora, Kierownika
Marketingu
Dyrektora, Kierownika
Sprzedaży
Dyrektora Zarządzającego

PROGRAM

9:00 Rejestracja, poranna kawa

9:30 **Oficjalne rozpoczęcie, wprowadzenie do warsztatu**

Magdalena Marczak, Puls Biznesu

Katarzyna Pawlikowska, Garden of Words

9:45 **Wielopłaszczyznowość i interdyscyplinarność w skutecznym marketingu**

TAKersi atakują, czyli ludzie, którzy są "na TAK" i każda sytuacja życiowa jest dla nich prezentem, a nie przeszkodą! Poznajcie nową filozofię życia dzięki której, będziecie OTWARCI na MOŻLIWOŚCI 24/7, przez co nic nie umknie Waszej uwadze, a do tego po raz pierwszy od lat poćwiczyacie MIĘSIEN KREATYWNOŚCI, którego używacie, ale nie rozwijacie. Jak zostać TAKERSEM W MARKETINGU? Jak być unikatowym, jedynym w swoim rodzaju i elastycznym?

Spróbujecie i przekonacie się, że bez oceny innych i siebie samego można żyć, co więcej uważnie i nieschematycznie. Gdy świadomie zaczniesz współpracować ze swoim mózgiem i mu zaufasz to nie bedziesz musiał wszystkiego drobniuzgowo planować i chodzić już utartymi szlakami.

Wojciech Medyński, aktor teatralny, telewizyjny i filmowy

Dodatkowo, w trakcie bloku dowiecie się o przetwarzaniu schematów na podstawie świadomej ak-ceptacji swoich słabości. Wyjście poza ramy możliwe jest tylko wtedy, kiedy rozumie się to, jakie błędy człowiek popełnia w ramach swojego codziennego funkcjonowania.

Tomasz Kozłowski, psycholog, konsultant, coach, Humanskills

11:45 Przerwa kawowa

12:00 **Targetowanie psychograficzne**

Katarzyna Pawlikowska, założycielka agencji Garden of Words

Obserwujesz swoją sprzedaż? Śledzisz rynkowe trendy? Realizujesz kampanie w oparciu o określoną demograficznie i behawioralnie grupę docelową? A czy wiesz co motywuje Twoich konsumentów w oderwaniu od Twojego brandu? Jakie wartości są dla nich ważne? Jak żyją - co ich bawi a co dener-wuje? Jakie mają poglądy? To właśnie w tej wiedzy ukryte są najbardziej wartościowe insighty konsumencie. Inighty, które wpisują się w życie i schemat myślowy grupy docelowej.

Spotkanie z Katarzyną Pawlikowską to spotkanie o tym, dlaczego demografia jest passée, a psycho-grafia to przyszłość. I o tym, jak najpierw trzeba oderwać się od marki, żeby dać jej nowy napęd...także o tym, jak zwiększyć sprzedaż bez podważania nakładów. To prezentacja systemu myślenia i działania odnoszących międzynarodowe sukcesy. Oparta na polskich realiach, połączona z warsztatem, po to, by z poczuciem humoru, lekko, interesująco i PRAKTYCZNIE zmienić myślenie o tym, jak skutecznie zdobyć konsumenta.

14:00 Przerwa na lunch

15:00 **Podążaj za użytkownikiem, czyli jak trafić z właściwym przekazem do właściwego odbiorcy w najlepszym momencie. Poznaj podejście oparte na danych behawioralnych.**

Tomasz Starzyński, prezes zarządu i managing partner, Up&More

Czy wykorzystujesz dane behawioralne w swoich działaniach? Jak analizujesz swoją grupę docelową? Podczas warsztatu poznasz przewagi rozwiązań behawioralnych, które być może odwrócą dotychczasowe podejście o 180 stopni i pozwolą oprzeć kampanie tylko i wyłącznie na danych behawioralnych. To wszystko zaprezentuję na praktycznych przykładach i konkretnych technologiach w systemach reklamowych. Pokażę, w jaki sposób poznać pełną ścieżkę użytkownika od pierwszego kontaktu z marką przez kolejne interakcje, i jak to wykorzystać w działaniach marketingowych.

17:00 **Zakończenie pierwszego dnia warsztatu**

PROGRAM

9:00 Rejestracja, poranna kawa

9:30 **Be there in the moment! - czyli jak przeżyć, nie oszaleć i nadal sprzedawać we współczesnym dynamicznym środowisku**

Justyna Bąba, CEO w Brave Girls Sp. z o.o.

CASE STUDY

Obszar marketingu jest szczególnie wystawiony na szybkie zmiany płynące z otoczenia. To praca na froncie. Pokażę z różnych perspektyw, że żyjemy w innej rzeczywistości, niż przywykliśmy - rzeczywistości turbulencyjnej, w której tempo zmian jest znacznie szybsze, a przewidywalność procesów ograniczona. W związku z tym konieczne są zmiany w nastawieniu do pracy, do planowania krótko i długofalowego.

W zmianie pomocne są postawy oparte na:

- akceptacji tego co się dzieje i co się nagle pojawia (inna postawa nie ma zwyczajnie sensu - uzasadnienie psychologiczne)
- większej zwinności - odwołanie do teorii Agile, ale też krytyka form, w jakich Agile jest wprowadzany
- improwizacji w bezpieczny sposób
- współpracy z ludźmi („sam dziś meczu nie wygrasz...”)

Opowiem o potrzebie zmiany z perspektywy pracownika/szefa działu marketingu oraz o potrzebie zmiany podejścia z perspektywy planującego procesy marketingowe.

11:30 Przerwa kawowa

11:50 **Nowoczesna gamifikacja LOJALNOŚĆ 3.0**

Marlena Wieteska, New Business Partner, Garden of Words

Podstawowym założeniem lojalności 3.0 to big data + gamifikacja + motywacja.

O ile programu lojalnościowe oddziałują na zewnętrzną motywację, bo głównie nagradzają Cię za zakup, o tyle lojalność 3.0 uwzględni motywację wewnętrzną, czyli daje poczucie sprawczości, angażuje. Wiele programów lojalnościowych wykorzystuje obecnie big data, czyli segmentuje klientów a następnie targetuje komunikację i ofertę (patrz Rossmann, Empik). Dołożenie do tego gamifikacji i motywacji daje możliwość angażowania klientów na poziomie dotychczas nie znanym. Daje bowiem możliwość nagradzania nie tylko za zakup, ale również pozwala aktywnie kształtować zachowania i angażować się w komunikację marki. Umożliwia nagradzanie za każdą czynność wykonaną na rzecz marki, w tym czytanie artykułów i oglądanie filmów, udostępnianie treści i wyrażanie opinii, testowanie produktów.

13:50 Przerwa na lunch

14:40 **Kiedy poważna firma umie w internety - case study wykorzystania monitoringu w dużej firmie**

Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist @Brand24

Sebastian Kucharski, eMarketing Manager/ Social Media Officer / Digital Marketing Communications / Online Marketing Communications, BSH Home Appliances Group

CASE STUDY BOSH/SIEMENS

Z monitoringu internetu jesteśmy w stanie bardzo dużo się dowiedzieć, nic też nie stoi na przeszkodzie aby to dobrze wykorzystać. Tak do pogłębiania wiedzy o swoich klientach, do odważnych działań oraz do CSRu. Czy monitoring jest odpowiedzią na wszystko? Nie. Ale skuteczne jego wykorzystanie pozwala przenieść firmę na inny poziom.

16:40 **Podsumowanie warsztatu**

Katarzyna Pawlikowska, Garden of Words

17:00 **Zakończenie warsztatu, wręczenie certyfikatów**



PRELEGENCI



Justyna Bąba, Strategy Manager, Dentsu Aegis Networks

Odpowiada za analizy, badania, konsulting i tworzenie strategii komunikacji. Łączy wiedzę z zakresu psychologii (SWPS), kompetencje z zakresu komunikacji językowej (UJ) oraz ponad 10-letnie doświadczenie w pracy w marketingu. Coach i mentorka Fundacji Liderki Biznesu EY. Pasjonatka rozumienia przemian społecznych i insightów konsumenckich, zwłaszcza w pokoleniach Gen-Z i Millennials. Obecnie prowadzi badania z zakresu stylów identyfikacji pracowników z firmami i jak to wpływa na innowacyjność we współczesnym, szybko zmieniającym się środowisku. Ewangelistka współpracy opartej na akceptacji, improwizacji i zwinności w biznesie.



Tomasz Kozłowski, psycholog, konsultant, coach, Humanskills

Mówca motywacyjny, coach, psycholog, specjalista interwencji kryzysowej, specjalista diagnozy procesów grupowych w zespołach, skoczek spadochronowy [w grudniu 2014 r. wznosząc się do stratosfery balonem na ogrzane powietrze wraz z dwoma skoczkami wykonał najwyższy skok spadochronowy w Europie (10.735 m)], instruktor ratownictwa górskiego. Pokazuje jak pokonać siebie, swoje lęki, a potem wyjść ze strefy komfortu. 21 czerwca 2017 r. bijąc dwukrotnie rekord Polski skoczył ze spadochronem 50 razy w ciągu jednego dnia (każdy skok dedykowany był konkretnej potrzebującej osobie, dzięki czemu zebrano ponad 200 tys. zł). fot. Ewa Bujak



Sebastian Kucharski, eMarketing Manager/ Social Media Officer / Digital Marketing Communications / Online Marketing Communications, BSH Home Appliances Group



Wojciech Medyński, aktor teatralny, filmowy, telewizyjny i impro

Ukończył Państwową Wyższą Szkołę Filmową im. Leona Schillera w Łodzi (2000 r.). Na dużym ekranie debiutował rolą Zbyszka w „6 dni strusia” Jarostawa Żamojdy (2000). Grał w wielu popularnych serialach telewizyjnych : „Samo życie”, „M jak miłość”, „Pierwsza miłość”, „Na Wspólnej”, „Plebania” i innych. Wziął również udział w IX edycji „Tańca z gwiazdami” oraz III edycji „Jak oni śpiewają?”. W teatrze debiutował na trzecim roku studiów w „Weselu” Czechowa w reż. Walerego Fokina w Teatrze im. Stefana Jaracza w Łodzi, z którym był związany do 2005 roku. Grał tam m.in. Romea w „Romeo i Julii” Szekspira (2000), Vala Xaviera w „Orfeuszu w węzowej skórze” Tennessee Williamsa (2002). Był jednym z pomysłodawców spektaklu „Tango Operita - Szare Kwiaty” (2006) w Teatrze Syrena w Warszawie, gdzie zagrał Anioła Tanga. W 2009 roku wcielił się w postać Łukasza Niepołomskiego w adaptacji „Dziejów grzechu” Stefana Żeromskiego we wrocławskim Teatrze Muzycznym „Capitol”. Od 2012 do 2015 grał w spektaklu „Single i remiksy” - błyskotliwej komedii o życiu wielkomiejskich singli i pracy w korporacji. Po ponad 300 zagranych spektaklach w kraju i za granicą. Od lutego 2016 roku gra w kontynuacji czyli drugiej części spektaklu o wielkomiejskich singlach „Single po japońsku”. W obu tytułach Wojtek stworzył barwną i niesamowicie zabawną postać Sebastiana, a widzowie i recenzenci podkreślają komediowy talent i brawurową grę Medyńskiego.



Katarzyna Pawlikowska, Garden of Words

Ekspertka ds. społecznych i konsumenckich zachowań kobiet oraz komunikacji. Mówca i wykładowca (UW i PAN). Strateg. Jest członkiem zarządu merytorycznego światowego kongresu The Global Summit on Marketing to Women w Nowym Jorku. Autorka koncepcji CZUJESZ? wprowadzającej do Polski kody komunikacji. Pomysłodawczyni i współautorka pierwszych badań dających reprezentatywny obraz współczesnych Polek („Polki Same o Sobie” Garden of Words, DB Maison 2012) oraz książki „Polki” (WUW, 2014) bazującej na segmentacji sychograficznej polskich konsumentek. Umiejętnie wykorzystuje unikalną ekspertyzę w dziedzinie zachowań konsumenckich i społecznych kobiet i mężczyzn oraz kilkunastoletnie doświadczenie zawodowe w zakresie budowania i realizacji strategii marketingowych dla największych międzynarodowych firm i marek. Wizjonerka. Wulkan pozytywnej energii, charyzmatyczna liderka i mówczyni, która motywuje innych do tego, by własne ograniczenia zmieniać w siłę napędową zmiany i sukcesu. Współzałożycielka agencji Garden of Words. W 2017 roku znalazła się w gronie 50 najbardziej kreatywnych osób w biznesie wg. Brief.

PRELEGENCI



Tomasz Starzyński, prezes zarządu i managing partner, Up&More

Odpowiada za rozwój agencji oraz koordynuje pracę działów SEM/SEO i paid social. Nadzoruje wprowadzanie nowych produktów i narzędzi reklamowych w firmie oraz automatyzację kampanii. Z marketingiem efektywnościowym związany jest od 2005 roku. Doświadczenie zdobywał w m.in. w Global Internet Management czy iProspect. Jest ekspertem w dziedzinie SEO/SEM, e-commerce, marketingu i reklamy internetowej, a także certyfikowanym specjalistą Google Analytics i Google Adwords. Od 2014 roku prowadzi zajęcia Reklama Online na kierunku Logistyka Mediów na Uniwersytecie Warszawskim.



Marlena Wieteska, New Business Partner, Garden of Words

Kobieta, która wyzwiać się nie boi. Swoją karierę zawodową rozpoczęła od pracy w marketingu w bankach (Bank Handlowy Citibank, Raiffeisen Bank). Następnie jako młoda matka wprowadziła na polski rynek chusty do noszenia dzieci oraz zajęła się wydawaniem książek. 3,5 roku temu wyruszyła w ponowną podróż zwaną marketingiem, ale tym razem po stronie agencji. Przez 2,5 roku była związana z Gamfi, początkowo start-up'em, obecnie liderem gamifikacji w Polsce. Przez rok zajmowała stanowisko dyrektora sprzedaży w domu mediowym Novem, następnie była głową sprzedaży w Mint Media - agencji interaktywnej, aktualnie New Business Partner a agencji Garden of Words. Mentorka w Fundacji Liderów Biznesu. Prywatnie praktykuje jogę, ćwiczy improwizację teatralną, śpiewa w chórze, biega po lesie i uważa, że to wszystko jest równie ważne i napędza do życia.



Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist, Brand24 S.A.

Od ponad 6 lat związany z branżą internetową profesjonalnie i hobbystycznie. Szlify marketingowe zbierał w agencji Heureka (obecnie VML), aby poprzez pracę w agencji Vacaloca, trafić do FacebookNOW na stanowisko social media managera i analityka. Od grudnia 2011 w Brand24 zajmuje się obsługą klientów, szkoleniami z monitoringu Internetu oraz „ewangelizacją” branży reklamowej. Prywatnie fan Androida i Linuxa oraz autor bloga technologicznego.

Organizator:



Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. należy do szwedzkiej Grupy Bonnier – jednego z największych na świecie koncernów medialnych posiadającego 175 firm w 16 krajach. Wydawca „Puls Biznesu” – najbardziej opiniotwórczego medium biznesowego, prowadzi również portale ekonomiczne pb.pl i bankier.pl, docierające łącznie do 3,5 miliona użytkowników. Bonnier Business (Polska) jest liderem w zakresie organizacji kongresów, konferencji i warsztatów skierowanych do wyższej kadry menedżerskiej.

Patron merytoryczny:



FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

TAK chcę wziąć udział w warsztatach "MARKETING INTERDYSCYPLINARNY"

Termin: 8-9 listopada 2017 r.
Cena: 1995.00 PLN netto (od 2 sierpnia do 6 października 2017)
2495.00 PLN netto (od 7 października do 9 listopada 2017)

1. Imię i nazwisko:
Stanowisko:
Departament:
E-mail:
Tel. kom.:

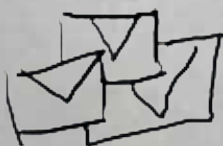
2. Imię i nazwisko:
Stanowisko:
Departament:
E-mail:
Tel. kom.:

3. Firma:
Ulica:
Kod pocztowy: Miasto:
Tel: Fax:
E-mail:

4. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia Faktury VAT:
Nazwa firmy:
Siedziba:
Adres: NIP:
Osoba kontaktowa:
Tel: E-mail:

- Koszt uczestnictwa jednej osoby w warsztatach wynosi: 1995.00 PLN netto (od 2 sierpnia do 6 października 2017) 2495.00 PLN netto (od 7 października do 9 listopada 2017)
- Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, przerwy kawowe, lunch.
- Przesłanie do Bonnier Business (Polska) faxem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego, stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Bonnier Business (Polska). Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana e-mailem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego.
- Prosimy o dokonanie wpłaty w terminie 14 dni od wysłania zgłoszenia, ale nie później niż przed rozpoczęciem warsztatów.
- Wpłaty należy dokonać na konto: Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. Kijowska 1, 03-738 Warszawa Danske Bank A/S SA Oddział w Polsce PL 14 2360 0005 0000 0045 5029 6371
- Rezygnację z udziału należy przysłać listem poleconym na adres organizatora.
- W przypadku rezygnacji nie później niż 21 dni przed rozpoczęciem warsztatów obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 20% opłaty za udział.
- W przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 21 dni przed rozpoczęciem warsztatów pobierane jest 100% opłaty za udział.
- Nieodwołanie zgłoszenia i niewzięcie udziału w warsztatach powoduje obciążenie pełnymi kosztami udziału.
- Niedokonanie wpłaty nie jest jednoznaczne z rezygnacją z udziału.
- Zamiast zgłoszonej osoby w warsztatach może wziąć udział inny pracownik firmy.
- Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz do odwołania warsztatów.
- Wszystkie treści zawarte w programie warsztatów stanowią własność Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. oraz powiązanych z nią podmiotów. O ile Organizator nie postanowi inaczej, nie wolno żadnych materiałów stanowiących własność Bonnier Business (Polska) odtwarzać, wykorzystywać, tworzyć pochodnych prac na bazie materiałów umieszczonych w programie, ani też ponownie ich publikować, zamieszczać w innych materiałach czy też w jakikolwiek inny sposób rozpowszechniać bez uprzedniej pisemnej zgody Bonnier Business (Polska).

Zgodnie z ustawą z dnia 13 czerwca 2016 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2016r. poz. 922) Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Bonnier) informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez Bonnier, świadczonych usług oraz oferowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów Bonnier. Wyrażamy również zgodę na otrzymywanie drogą elektroniczną ofert oraz informacji handlowych dotyczących Bonnier oraz ich klientów. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczy, w tym także prawo ich poprawiania. Równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.



KONTAKT
tel 22 333 9777
fax 22 333 97 78
e-mail szkolenia@pb.pl
konferencje.pb.pl



podpis i pieczęć firmy

