

"Warsztaty umiejętności - design estetyka, opakowanie, wdrażanie
produktu."

1.Określenie grupy docelowej i specyfiki produktu (90 min.)

Jak dobrać odpowiednią grupę docelową i określić jej kryteria?

Grupa docelowa – kim jest persona a kim komitet zakupowy?

Skąd wziąć dane niezbędne do określenia grupy odbiorców?

Narzędzia do określenia grupy docelowej

Pułapki dzisiejszej komunikacji z grupą docelową

Cyfrowi tubylcy vs cyfrowi imigranci

Customer journey

2.Określenie cech wyróżniających produkt (90 min.)

Metoda design thinking w określeniu specyfiki produktu

Marka produktu

Opakowanie i inne atrybuty

Jak opisać produkt?

Przymiotnik osłabia rzeczownik?

Jak dotrzeć do wyróżników produktu?

Określenie ceny

Podejścia do decyzji cenowych

Pojęcie, sposoby klasyfikacji i struktura produktu.

Przyczyny sukcesów i porażek nowych produktów.

Zarządzanie cyklem życia produktu

Znaczenie strategii marki.

3. Sprzedaż i promocja (90 min.)

Procedura STP

Segmentacja rynku

Wybór rynku docelowego

Pozycjonowanie oferty rynkowej

PR produktu

Marketing mix

Wsparcie procesów sprzedaży

Komunikacja wielokanałowa

Inbound vs Outbound marketing w komunikacji produktu

4.Kreowanie jakości: wzornictwo, opakowanie, estetyka wykonania (45 min.)

Przedstawienie i omówienie dobrych praktyk.

HARMONOGRAM

08:30 – 9:00 Rejestracja uczestników
09:00 – 10:30 Określenie grupy docelowej i specyfiki produktu. (90 min.)
10:30 – 10:50 Przerwa kawowa (20 min.)

10:50 – 12:20 Określenie cech wyróżniających produkt (90 min.)
12:20 – 13:00 Przerwa obiadowa (40 min.)

13:00 – 14:30 Część merytoryczna (90 min.)
14:30 – 14:45 Przerwa kawowa (15 min.)

14:45 – 15:30 Kreowanie jakości: wzornictwo, opakowanie, estetyka wykonania (45 min.)

Łącznie 7 godzin dydaktycznych (315 minut)