

Agenda programu Siła Twojej Marki

Moduł I - Analiza grupy docelowej.

W pierwszym module określisz:

- Kto dokładnie jest Twoim klientem
- Kto Twoim klientem nie jest i dlaczego wcale nie chcesz go pozyskać
- Dlaczego tak ważne jest zawężanie grupy docelowej i jak zawęzić własną grupę (ćwiczenie oparte na podstawie autorskiej metody piramidy eliminacyjnej)
- W jaki sposób klienci podejmują decyzję o zakupie i co może ich przekonać do wybrania Twojej marki
- Jakie potrzeby i problemy mają Twoi klienci i w jaki sposób możesz im pomóc, jakimi wartościami kierują się w życiu Twoi klienci i czy macie tutaj punkty styku?
- Wejdziemy wspólnie w proces podejmowania decyzji przez Twojego klienta i dowiemy się, jak do niego mówić, żeby chciał kupić Twój produkt.
- Kim są osoby, jak je określić i dlaczego tak ważne jest, żeby dokładnie wiedzieć, kto od Ciebie kupuje.

W skład modułu wchodzi:

- nagranie audio,
- karta pracy z czterema zadaniami
- formularz do opracowania person.

Agenda programu Siła Twojej Marki.

Moduł II - Analiza konkurencji.

Drugi tydzień to praca nad Twoimi mocnymi i słabymi stronami, a przede wszystkim znalezienie Twoich wyróżników. Dowiesz się:

- Dlaczego analiza konkurencji to inwestycja, a nie strata czasu
- Co sprawia, że dotychczas sama się nie zmobilizowałaś, żeby zająć się tym tematem, albo nie wiedziałaś jak wyciągnąć z niej wspierające wnioski.
- Jak określić, kto tak naprawdę jest Twoim konkurentem
- Jak przeprowadzić analizę szybko i efektywnie
- Jakie są Twoje mocne strony i jak podczas analizy konkurencji poznać lepiej swoich klientów.

W skład modułu wchodzi:

- nagranie audio,
- tabela do badania konkurencji oparta na przedstawionej w kursie metodzie analizy,
- karta pracy do stworzenia podsumowania i analizy wniosków.

Agenda programu Siła Twojej Marki. ■

Moduł III - Podstawy komunikacji Twojej marki.

Trzeci tydzień, to rozpoczęcie procesu kreatywnego, w tym czasie określisz:

- Jakie korzyści odnosi klient dzięki skorzystaniu z Twojej oferty (Opracowanie benefitów racjonalnych i emocjonalnych)
- Nieuświadomioną potrzebę klienta, na którą odpowiada Twój produkt/usługa (Opracowanie insightu konsumenckiego)
- W jaki sposób sprawić, żeby klient poczuł, że Twoja marka zapewni mu właśnie to, czego potrzebuje (określenie big idea marki)
- W jaki sposób się komunikować, żeby wzbudzić zaufanie klienta - nie przedstawię Ci żadnych manipulacyjnych sztuczek, pokażę Ci jak oprzeć się na tym, co faktycznie posiadasz (określenie RTB produktu)
- Unikalną cechę swojej marki, nawet jeśli wydaje Ci się, że jej nie masz, to po wcześniejszych analizach, z pewnością ją odnajdziemy.

W skład modułu wchodzi:

- nagranie audio,
- karta pracy z 5 zdaniem,
- PDF z przykładową częścią strategii, na którym wskażę Ci w jaki sposób wykonać zadania, żeby proces był dla Ciebie łatwiejszy i bardziej zrozumiały.

Agenda programu Siła Twojej Marki. ■

Moduł V - Content marketing, opracowanie przykładowych treści

W piątym tygodniu kursu przychodzi czas na konkrety. W oparciu o cały dotychczasowy proces i stworzoną dotychczas strategię opracujesz:

- Obszary tematyczne, które będziesz poruszać w swoich działaniach promocyjnych

(w oparciu o stworzoną przeze mnie listę 20 przykładowych obszarów tematycznych)

- Przykładowe treści do każdego z wybranych w poprzednim module narzędzi komunikacji

W skład modułu wchodzi:

- nagranie audio,
- karta z 20 przykładowymi obszarami tematycznymi odpowiadającym modelom komunikacyjnym z modułu IV,
- karta pracy na stworzenie przykładowych treści.

Agenda programu Siła Twojej Marki. ■

Moduł VI - Stworzenie harmonogramu działań na pierwszy miesiąc.

Ostatni tydzień naszej wspólnej pracy, to dla Ciebie czas, na stworzenie planu działania na pierwszy miesiąc działań promocyjnych.

Dowiesz się:

- Jak tworzyć skuteczny harmonogram działań, który pozwoli Ci na trzymanie się założeń strategicznych i efektywną promocję (w oparciu o autorską metodę 3 etapów)
- Dlaczego ważne jest tworzenie planu, nawet wtedy jak zamierzasz go w trakcie zmieniać
- Jak sprawdzać efektywność swoich działań i na co zwracać uwagę w pierwszych miesiącach realizowania strategii.

W skład modułu wchodzi:

- nagranie audio, nagranie video webinaru z jednego z moich programów dotyczących planowania
- plan na stworzenie harmonogramu działań w oparciu o 3 etapy.