

## **STRATEGIA PROMOCJI MARKI TERYTORIALNEJ. JAK PRZYGOTOWAĆ DOKUMENT STRATEGICZNY. PRZEWODNIK KROK PO KROKU**

### **WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:**

Proponujemy Państwu udział w szkoleniu podczas którego omówimy i przekażemy zasady opracowywania dokumentu jakim jest strategia promocji marki terytorialnej. Zaprezentujemy narzędzia i metody wspomagające pracę nad taką strategią. Przedstawimy praktyczne metody budowania strategii, organizacji pracy nad dokumentem, a także wytyczne i wskazówki dotyczące zasad wdrażania strategii w danej miejscowości/regionie. Szkolenie jest wsparte szeregiem praktycznych przykładów z zakresu koncepcyjnej pracy nad strategią promocji miejsca.

### **CELE I KORZYŚCI:**

- Omówienie celu i istoty tworzenia strategii promocji marki terytorialnej.
- Zdobywanie, uzupełnienie i uporządkowanie wiedzy na temat metodologii pracy nad dokumentem strategii promocji marki terytorialnej.
- Zaprezentowanie użytecznych narzędzi i metod wspomagających pracę nad strategią.
- Poznanie odpowiedzi między innymi na pytania:
  - Czemu służy taki dokument?
  - W jaki sposób powstaje?
  - Z jakimi etapami składa się praca nad dokumentem?
  - Jakie narzędzia wspierają prace koncepcyjne?
- Przeanalizowanie zasad wdrażania strategii i ewaluacji jej stosowania w jednostce.
- Otrzymanie obszernych materiałów szkoleniowych w tym prezentacji zawierającej materiały filmowe i graficzne prezentujące praktyczne przykłady opracowanych dokumentów strategii promocji marek terytorialnych i projektów promocyjnych.

### **PROGRAM:**

- 1. Dokument strategii promocji marki terytorialnej w rynkowej praktyce, czyli odpowiedź na pytanie „po co nam strategia?”**
  - Struktura dokumentu: część diagnostyczna, koncepcyjna i wdrożeniowa.
  - Przeznaczenie dokumentu.
  - Organizacja pracy nad dokumentem.
- 2. Analiza strategiczna i diagnoza marketingowa, czyli od czego zaczynamy pracę nad strategią dla marki terytorialnej? Czym nasza marka jest dzisiaj? Co o niej wiemy? Jak się prezentuje? Co i komu oferuje?**

- Analiza czynników wpływających na wizerunek i postrzeganie marki terytorialnej. Produkty i subprodukty oferowane przez markę terytorialną.
  - Metody i źródła pozyskiwania informacji do analizy strategicznej.
  - Analiza SWOT marki terytorialnej w kontekście komunikacji marketingowej.
- 3. Wyznaczenie potencjału komunikacyjnego marki terytorialnej. Pozycjonowanie marki terytorialnej, czyli co odbiorcy mają dostrzec w marce, co powinni o niej myśleć, dlaczego mają być nią zainteresowani. Co, komu i w jaki sposób może zaoferować nasza marka?**
- Określenie grup docelowych i wyznaczenie tzw. insightów konsumenckich dla marki terytorialnej.
  - Narzędzia i metody pracy koncepcyjnej: drzewo skojarzeń, USP, big idea, kluczowy komunikat, RTB. Wraz z praktycznymi przykładami wykorzystania poszczególnych narzędzi przy pracy koncepcyjnej dla polskich marek terytorialnych: jakie serce bije w Katowicach, a jakie w Polkowicach? Jak księżna Daisy stała się ikoną Pszczyny?
  - Wyznaczenie założeń strategicznych dla marki terytorialnej.
  - Wizualizacja marki miejsca. Znak i slogan promocyjny marki. Jak powstaje logo marki terytorialnej. System identyfikacji wizualnej. Przykłady praktyczne.
- 4. Wdrożenie strategii.**
- Projekty promocyjne (w tym projekty cykliczne) i markowe produkty. Jak tworzyć koncepcje - przykłady praktyczne.
  - Matryca czasowo-finansowa, czyli jak zarządzać i kontrolować w czasie implementację założeń strategii.
  - Monitoring i ewaluacja strategii, czyli jak zmierzyć sukces.
- 5. Część praktyczna. Best Practice. Strategie promocji marek terytorialnych w Polsce. Praktyczne wskazówki na potrzeby strategicznego planowania działań promocyjnych.**

#### **ADRESACI:**

Szkolenie adresowane jest do pracowników samorządu terytorialnego, głównie osób odpowiedzialnych za promocję, za tworzenie marki miejsca, budowę wizerunku, komunikację z mieszkańcami oraz za opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji marketingowej, wydziałów promocji.

#### **PROWADZĄCY:**

Absolwentka Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Ukończyła kurs Professional Diploma in Marketing i uzyskała międzynarodowy dyplom potwierdzający kwalifikacje i kompetencje marketingowe The Chartered Institute of Marketing in London. Dyrektor Agencji Komunikacji Marketingowej Business Consulting w Katowicach. Zaangażowana w przedsięwzięcia związane z marketingiem terytorialnym oraz promocją miast i regionów. Autorka wielu kampanii promocyjnych dla marek terytorialnych oraz strategii komunikacji marketingowej dla Katowic, Pszczyny i Polkowic. Koordynatorka projektów badawczych związanych z wizerunkiem miejsc. Regularnie prowadzi szkolenia na temat marketingu miejsc oraz zajęcia dydaktyczne z zakresu komunikacji marketingowej na Uniwersytecie Śląskim i w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Współautorka książki „Szukając klienta, czyli jak rozpoznać potencjalnego nabywcę i nie wpaść w pułapkę sprzedawania wszystkim”, która ukazała się na rynku w 2019 roku.

## Strategia promocji marki terytorialnej. Jak przygotować dokument strategiczny. Przewodnik krok po kroku



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



**31 marca 2023 r.**

**Szkolenie w godzinach 10:00-14:00**



**Cena: 385 PLN netto/os.** Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

### CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line z możliwością zadawania pytań, materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej, certyfikat ukończenia szkolenia.

### DANE

### DO

### KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Centrum Szkoleniowe w Łodzi  
ul. Jaracza 74, 90-242 Łódź  
tel. 535 175 301 [biuro@frdl-lodz.pl](mailto:biuro@frdl-lodz.pl)

## DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy  
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,  
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,  
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK

NIE

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy: .....

Proszę o przesłanie certyfikatu na adres mailowy: .....

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora [www.frdl-lodz.pl](http://www.frdl-lodz.pl) oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

**Zgłoszenia prosimy przesyłać do 27 marca 2023 r.**

**UWAGA!** Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej \_\_\_\_\_