

PROGRAM SZKOLENIA

Marketing międzynarodowy – jak wykreować markę Twojej firmy na rynkach międzynarodowych

WMARR S.A. w Olsztynie, 21 października 2015

09:30 – 09:45	Rejestracja uczestników
09:45 – 10:00	Prezentacja oferty ośrodka Enterprise Europe Network działającego przy Warmińsko – Mazurskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie.
10:00 – 11:00	<p>Czym jest marka i dlaczego warto w nią inwestować?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definicja marki i modele oceny 'brand equity' – siły marki. - Korzyści biznesowe wynikające z posiadania silnej marki. <p>Ekspansja marki na rynki zagraniczne – strategiczne uwarunkowania</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na jaki rynek wchodzimy i dlaczego? - Ocena potencjału rynków zagranicznych. Analiza spodziewanych możliwości, barier i zagrożeń. - Uwarunkowania gospodarcze nowego rynku. - Kontekst kulturowy, prawny i administracyjny.
11:00 – 11:10	Przerwa kawowa
11:10 – 12:40	<p>W jaki sposób chcemy konkurować za granicą</p> <ul style="list-style-type: none"> - W jaki sposób będziemy penetrować rynek? - Co będzie naszym kluczowym produktem / usługą? - Jaki jest profil naszej grupy docelowej? - Z kim będziemy konkurować? - Jakie będą koszty wejścia na nowy rynek? <p>Opracowanie założeń marketingowych dla nowych rynków</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pozycjonowanie, strategia cenowa, kanały dystrybucji, polityka promocyjna.
12:40 – 12:50	Przerwa kawowa
12:50 – 14:30	<p>Kampania reklamowa na nowym rynku</p> <ul style="list-style-type: none"> - Określenie celów, KPIs i budżetu działań komunikacyjnych. - Harmonogram działań, plan mediowy i alokacja środków. - Charakterystyka touchpoints i kanałów dotarcia w tym rola tzw. "nowych mediów". - Brief kreatywny - co to jest i dlaczego będzie niezbędne? <p>Czy warto podkreślać polski charakter produktu / marki ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokalne czy globalne? Kwestia nazw, symboli i wzorców komunikacyjnych. - Rola narodowości marki i miejsca pochodzenia produktów.

	<ul style="list-style-type: none">- Stereotypy kulturowe - oczekiwania i uprzedzenia wobec marek. <p>Jak zarządzać organizacją marketingową na rynkach zagranicznych?</p> <ul style="list-style-type: none">- Struktura działu marketingu, role i funkcje menadżerów.- Określenie i dobór podwykonawców zewnętrznych.
14:30 - 15:00	Lunch

Prelegent: Marek Staniszewski

Ekspert w zakresie strategii komunikacji, reklamy i branding. Posiada 20 letnie doświadczenie w budowaniu marek i badaniach ich kondycji, zdobywane m. in. w międzynarodowych agencjach komunikacji marketingowej (Ogilvy, Euro RSCG, Young & Rubicam, Havas Worldwide Warsaw), gdzie pełnił funkcję Wiceprezesa i szefa oddziału badań i doradztwa strategicznego BAV Consulting). Pełnił również obowiązki CMO w Canal+ Cyfrowy. Wykładowca i trener; prowadził zajęcia m. in. w: ICAN Institute - HBP, WSKiM im. J. Giedroycia, SMR przy Akademii L. Koźmińskiego czy Akademii Questus. Współtworzył formułę i program oraz jest wieloletnim wykładowcą branżowej Szkoły Strategii Marki przy SAR. Juror konkursów branżowych takich jak: Effie, Superbrands, IAB Creative Showcase, Innovation Award, Ad Venture.

Projekt Enterprise Europe Network finansowany jest przez Komisję Europejską oraz budżet państwa. Regionalny Ośrodek Debaty Międzynarodowej dofinansowywany jest ze środków Ministerstwa Spraw Zagranicznych.