

ZARZĄDZANIE MARKĄ (Brand Management). Szkolenie dla Brand Managerów

28.01.2019-29.01.2019 - Warszawa

06.06.2019-07.06.2019 - Warszawa

O SZKOLENIU:

Każdy Brand Manager stara się tak zarządzać marką, aby stała się ona wyjątkowa, ale niestety nie każdej marce to się udaje. Funkcjonowanie wielu marek opiera się często na powielaniu przetartych szlaków oraz naśladowaniu większych i silniejszych. Osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w natłoku identycznych produktów czy marek staje się coraz trudniejsze a same narzędzia marketingu mix nie zawsze gwarantują sukces.

Najnowsze trendy pokazują jak ważne staje się właściwe pozycjonowanie marki w umysłach konsumentów oraz tworzenie dobrej strategii wizerunkowej, która pozwala dotrzeć do konsumenta i skutecznie komunikować się z rynkiem. Dopiero takie działania dają podstawę do bardziej efektywnego wykorzystywania narzędzi marketingu mix a w konsekwencji wpływają również na sprzedaż firmy i jej zyski.

Szkolenie dla Brand Managerów - "Zarządzanie Marką (Brand Management)" ma za zadanie przygotować Cię do profesjonalnego zarządzania marką / markami w warunkach trudnego, nasyconego konkurencyjnymi produktami i markami rynku. Chcemy podczas szkolenia z brand managementu dostarczyć wiedzy i podnieść umiejętności, które wdrożone w proces zarządzania marką spowodują, że twoja marka stanie się wyjątkowa.

Grupa docelowa szkolenia "Zarządzanie Marką (Brand Management). Szkolenie dla Brand Managerów":

Udział w szkoleniu rekomendujemy przede wszystkim Brand Managerom, managerom marketingu, specjalistom ds. marketingu odpowiedzialnym za zarządzanie markami. Szkolenie będzie również przydatne osobom wiążącym karierę zawodową z pracą w marketingu, aspirującym na stanowiska związane z brand managementem.

CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia "Zarządzanie Marką (Brand Management). Szkolenie dla Brand Managerów" jest przygotowanie uczestników do profesjonalnego zarządzania marką. Biorąc udział w szkoleniu:

Poznasz elementy procesu zarządzania marką (brand managementu).

Nauczysz się zarządzać marką na różnych etapach jej życia (marka nowa, marka dojrzała).

Dowiesz się jak rozpoznawać potrzeby i motywy zachowań konsumentów twojej marki.

Rozwiniesz umiejętność kształtowania i budowania marki.

Poznasz takie narzędzia brandingowe jak consumer insight, marketing narracyjny.

Nauczysz się zarządzania mixem marketingowym w brand management-ie.

Zdobędziesz wiedzę o strategiach cenowych dla marek.

Poznasz techniki promocyjne wykorzystywane w zarządzaniu marką.

Spojrzysz na markę oczyma klienta / konsumenta.

Dowiesz się jak wykorzystać benchmarking strategiczny w poszukiwaniu inspiracji do rozwoju marki.

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



PROGRAM SZKOLENIA:

1. DIAGNOZA RZECZYWISTOŚCI - WPROWADZENIE DO ZARZĄDZANIA MARKĄ

Elementy składające się na zarządzanie marką

Jak rozpocząć proces zarządzania marką

Marka a produkt

2. PROCESY W ZARZĄDZANIU MARKĄ

Repozycjonowanie

Wprowadzenie nowej marki (nowa marka w portfolio marek, co daje nowa marka)

Zarządzanie marką dojrzałą

Identyfikacja szans i zagrożeń

3. WALKA O UMYSŁ KONSUMENTA

Rozpoznanie potrzeb, motywów i zachowań konsumenckich

Metody i techniki zdobywania informacji

Alternatywne źródła informacji

Czynniki, które mają wpływ na wybory konsumenckie

Projektowanie działań

4. SPOSOBY KSZTAŁTOWANIA / BUDOWANIA MARKI

Istota branding

Czym jest consumer insight

Marketing narracyjny

Popularne metody budowania marki

Przykłady kampanii marketingowych

5. ZARZĄDZANIE MIXEM MARKETINGOWYM

Cena, produkt, promocja, dystrybucja - korelacja elementów

6. STRATEGIE CENOWE W ZARZĄDZANIU MARKĄ

Strategie cenowe

7. TECHNIKI PROMOCJI W ZARZĄDZANIU MARKĄ

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Rodzaje technik promocji

Dopasowanie technik do stawianych celów

8. WARTOŚĆ POSTRZEGANA PRZEZ KLIENTA

Idea strategii opartej na wartości

Co nam daje wartość postrzegana

9. BENCHMARKING STRATEGICZNY - POZA BRANŻOWY

Poszukiwanie inspiracji poza przypisanym obszarem działania

Przykłady zastosowania benchmarkingu

TRENER:

Izabela Bohdan - Talmont

Trener - Praktyk. Menedżer marketingu z wieloletnim doświadczeniem w zakresie zarządzania markami (branding) i produktami (product management), strategii marketingowych, trade marketingu.

Karierę zawodową rozpoczęła w Kamis - Przyprawy S.A. początkowo jako analityk sprzedaży, aby w 2003 roku objąć stanowisko Koordynatora Marketingu na Rynkach Zagranicznych. Odpowiadała m.in. za: wprowadzanie nowych produktów na rynki Europy Wschodniej i rynek amerykański, przygotowanie wsparcia marketingowego dla partnerów zagranicznych, analizę działań konkurencji oraz współpracę z zagranicznymi agencjami reklamowymi, ocenę akcji promocyjnych.

Od 2005 roku była odpowiedzialna za marki własne (private labels) w Kamis - Przyprawy S.A. współuczestniczyła w tworzeniu i wdrażaniu strategii rozwoju działu odpowiedzialnego za marki własne i eksport.

Wynikiem tych prac było wprowadzenie przypraw i musztard pod marką własną do sieci: Jeronimo Martins (Biedronka), Carrefour, Plus Discount, Tesco, Kaufland, Lidl na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych (m.in. Węgry, Czechy, Słowacja) dla takich klientów jak Tesco, Lidl, Kaufland. Ścisłe współpracowała z poszczególnymi działami firmy na każdym etapie przygotowania produktu pod markę własną (jakość, produkcja, B&R, zakupy, logistyka).

Od połowy 2006 roku związana z Eveline Cosmetics gdzie odpowiadała za opracowanie i wdrażanie kampanii promujących markę na rynkach eksportowych oraz współpracę z mediami zagranicznymi w zakresie reklam i PR, kontrolę budżetów marketingowych i promocyjnych.

W latach 2007 - 2008 w 3M Poland odpowiadała za zarządzanie markami Consumer Health Care (marki Viscoplast, Nexcare, Kinder Test) w kanale tradycyjnym, nowoczesnym i farmaceutycznym. Była odpowiedzialna za wprowadzanie nowych produktów, współpracę ze strukturami międzynarodowymi w ramach korporacji, koordynację działań PR dla

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



marek, działania trade marketingowe, opracowanie i wdrażanie kampanii promocyjnych, zarządzanie marką na produktach, zarządzanie kanałami dystrybucji, współpracę z agencjami badającymi rynek (AC Nielsen), reklamowymi i domami mediowymi. Zrealizowała również projekt marki własnej dla sieci Biedronka.

Od 2009 roku Brand Manager marki Canpol babies w Canpol Communication. Zarządza marką Canpol babies we wszystkich kanałach dystrybucji, przygotowuje analizy strategiczne i wytycza kierunki rozwoju dla marki, projektuje oraz prowadzi akcje promocyjne skierowane do konsumentów i środowiska medycznego. Współpracuje z agencjami badawczymi w zakresie badań jakościowych i ilościowych w ramach projektu repozycjonowania marki.

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i Uniwersytetu Warszawskiego.

Główne kompetencje trenerskie:

- branding (zarządzanie marką, marki własne, rebranding, repozycjonowanie); - pricing (marketing ceny, polityka cenowa, polityka rabatowa, wojny cenowe); - benchmarking; - badania (ilościowe, jakościowe); - trade marketing; - strategię marketingowe.