

Szkolenie: Strategia content marketingu (B2C vs. B2B)

Cel szkolenia

Celem szkolenia jest przedstawienie uczestnikom podstawowej wiedzy dotyczącej obszaru content marketingu, wskazanie narzędzi i kontekstu ich wykorzystania w praktyce, doskonalenie umiejętności zarządzania tym obszarem aktywności komunikacyjnej oraz zapoznanie uczestników z zestawem praktycznych wskazówek na tworzenie kontekstów komunikacyjnych i ich dystrybucję w różnych kanałach.

Forma

Online - szkolenie obejmuje 8 godzin zajęć online.

Korzyści dla uczestnika z wiedzy zdobytej podczas szkolenia

Uczestnik:

- dowie się na czym polega strategia tworzenia content marketing, jakie jest jej znaczenie w aktywności marketingowej firmy,
- pozna zasady tworzenia wartościowego contentu dla określonych grup docelowych
- pozna narzędzia i kanały dystrybucji treści oraz ich wykorzystanie na poszczególnych etapach ścieżki zakupowej klienta.

Po zakończeniu szkolenia

Wiedza

Uczestnik:

- będzie wiedział, jak najskuteczniej komunikować markę i jej wartości tworząc strategię contentową,
- posiada wiedzę o rodzajach narzędzi wykorzystywanych przez content marketing,
- dowie się o różnicach dotyczących tworzenia contentu dla sektora B2B oraz B2C.

Umiejętności

Uczestnik:

- tworzy buyer persony i określa ścieżkę klienta i wyznacza komunikacyjne punkty styku,
- dobiera narzędzia i kanały komunikacji do konkretnych buyer person,
- tworzy strategię content marketingową,
- wskazuje kanały komunikacji odpowiednie dla poszczególnych etapów ścieżki klienta,
- przygotowuje treści do różnych kanałów komunikacji.

Wyższe Szkoły Bankowe

Kompetencje społeczne

Uczestnik:

- efektywnie współpracuje w zespole
- wzmacnia swój potencjał zawodowy
- zwiększa własną przewagę konkurencyjną na rynku pracy.

Program

1. Czym jest content marketing?
2. Strategia tworzenia content marketingu.
3. Odbiorca komunikacji – jak precyzyjnie dopasować treść do grupy docelowej. Dlaczego warto opracować Buyer Persony.
4. Ścieżka zakupowa klienta a dobór narzędzi content marketingu.
5. Content B2B a B2C.
6. Jak tworzyć skuteczny content?
7. Content a SEO.
8. Video content marketing – treść przyszłości.
9. Narzędzia content marketingu.
10. Content marketing w social mediach (dopasowanie charakteru treści do kanału komunikacji i wartości marki).
11. Recycling treści.
12. Komunikacja czyli dystrybucja contentu.
13. Case study – dobre praktyki.
14. Zadanie – przygotuj strategię contentu.

Prowadząca: Anita Zaremska-Trzaska

W branży marketingowej od ponad 20 lat. Jej portfolio zawodowe tworzą dziesiątki zrealizowanych projektów: od budowy strategii marki, rebranding, po realizację kampanii wizerunkowych i aktywizujących sprzedaż z wykorzystaniem zarówno narzędzi ATL, BTL, jak i digital marketingu. Posiada doświadczenie w obszarze marketingu usług (bankowych, edukacyjnych i rozrywkowych). Pracowała dla takich marek jak: Helios, Spółdzielcza Grupa Bankowa, TEB Edukacja. Absolwentka studiów magisterskich na kierunku Zarządzanie i Marketing Uniwersytetu Gdańskiego oraz Studium Doktoranckiego w katedrze Strategii Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Wykładowca akademicki na studiach podyplomowych WSB oraz trener prowadzący szkolenia z obszaru organizacji działań marketingowych w firmie. Obecnie zajmuje stanowisko Strategic Planner w agencji reklamowej Soul and Mind.

Wyższe Szkoły Bankowe

Certyfikat

Po zakończonym szkoleniu uczestnik otrzyma imienny certyfikat.

Cena

- 680 zł brutto
- 650 zł brutto - studenci WSB, absolwenci WSB

Zapisy

Zapisu dokonujemy poprzez formularz online.

Płatność

Sposób oraz termin płatności znajdują się bloku „Zapisy”.