

SEMINARIUM
„Marketing międzynarodowy
Jak wykreować markę Twojej firmy na rynkach międzynarodowych?”

Organizator: Enterprise Europe Network - Park Naukowo-Technologiczny Polska-Wschód w Suwałkach

Data: 10 marca 2016 r.

Godzina: 9:30 - 14:00

Miejsce: ul. Innowacyjna 1, 16-400 Suwałki

Koszt: wstęp wolny po uprzednim zarejestrowaniu

Prowadzący: 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, WSKiMS 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. Autor kilkudziesięciu publikacji na temat komunikacji i strategii. Jest również autorem książek: "Atlas strategiczny" i "Strategiczny podstęp" oraz współautorem książki "Portret klienta". Członek Rady Ekspertów THINKTANK. Należy do grona założycieli Stowarzyszenia „Marketing 4 Business”. Pomysłodawca i współorganizator projektu Farma Inwencji. Założyciel i Prezes Fundacji Homo Inquietus.*

AGENDA

9:30 - 9:45 **Rejestracja uczestników**

9:45 - 10:00 **Powitanie uczestników oraz prezentacja usług sieci Enterprise Europe Network**

10:00 - 10:15 **Czym jest marka i dlaczego warto w nią inwestować?**

- Definicja marki i modele oceny „brand equity” – siły marki.
- Korzyści biznesowe wynikające z posiadania silnej marki.

- 10:15 - 10:45 **Ekspansja marki na rynki zagraniczne – strategiczne uwarunkowania**
- Na jaki rynek wchodzimy i dlaczego?
 - Ocena potencjału rynków zagranicznych. Analiza spodziewanych możliwości, barier i zagrożeń.
 - Uwarunkowania gospodarcze nowego rynku.
 - Kontekst kulturowy (wartości, zwyczaje, przekonania, wzorce zachowań konsumenckich).
 - Kontekst prawny i administracyjny.
- 10:45 - 11:30 **W jaki sposób chcemy konkurować za granicą?**
Strategiczne decyzje związane z wyborem rynków docelowych:
- W jaki sposób będziemy penetrować rynek (eksport pośredni czy bezpośredni)?
 - Co będzie naszym kluczowym produktem/usługą?
 - Jaki jest profil naszej grupy docelowej?
 - Z kim będziemy konkurować?
 - Jakie będą koszty wejścia na nowy rynek?
- 11:30 - 11:50 **Przerwa kawowa**
- 11:50 - 12:05 **Opracowanie założeń marketingowych dla nowych rynków:**
- Pozycjonowanie (definicja i rodzaje strategii pozycjonowania).
 - Strategia cenowa (cena w odniesieniu do wizerunku marki).
 - Kanały dystrybucji (online, offline).
 - Polityka promocyjna i reklama.
- 12:05 - 12:50 **Opracowanie założeń marketingowych dla nowych rynków:**
- Określenie celów, KPIs i budżetu działań komunikacyjnych
 - Harmonogram działań, plan mediowy i alokacja środków
 - Charakterystyka touchpoints i kanałów dotarcia, w tym rola Digital, social media i kontent marketingu.
 - Brief kreatywny – co to jest i dlaczego będzie niezbędne? m.in.: Co to jest consumer insight, key message, reason to believe, brand tonality?
- 12:50 - 13:10 **Przerwa kawowa**
- 13:10 - 13:30 **Czy warto podkreślać polski charakter produktu/marki?**
- Lokalne czy globalne? Kwestia nazw, symboli i wzorców komunikacyjnych.
 - Rola narodowości marki i miejsca pochodzenia produktów.
 - Stereotypy kulturowe – oczekiwania i uprzedzenia wobec marek.
- 13:30 - 14:00 **Jak zarządzać organizacją marketingową na rynkach zagranicznych?**
- Struktura działu marketingu, role i funkcje menadżerów.
 - Określenie i dobór podwykonawców zewnętrznych.
- 14:00 **Zakończenie seminarium**