

Tematy poruszone w lekcji:

Marketing
Branding
Reklama
Promocja
Public Relations – PR
E-marketing
Event marketing
Influencer marketing

Rozwinięcie zagadnień z lekcji:

Ustalenie strategii marketingowej to pierwszy krok w działaniach marketingowych.

Dzięki **badaniom rynku** możemy dowiedzieć się, czy nasz produkt lub usługa są atrakcyjne dla naszych potencjalnych klientów oraz jak ewentualnie możemy zmienić lub ulepszyć to, co oferujemy.

Pamiętajmy, że koszty reklamy mogą być nieograniczone, dlatego kluczowe jest **ustalenie budżetu na reklamę**, jej formy oraz grupy potencjalnych odbiorców, do których będzie ona kierowana.

Identyfikacja marki to zbiór elementów graficznych, typograficznych i innych, które są stosowane przez firmę w celu zwiększenia **rozpoznawalności** jej **marki**, co pozytywnie wpływa na ilość klientów i sprzedaży.

Dzięki dobremu **ustaleniu grupy docelowej klientów** firma ma większe szanse na dotarcie do osób, które faktycznie będą zainteresowane jej produktami i/lub usługami.

Kiedy wybierasz **kolory** swojej **marki**, warto kierować się nie tylko Twoimi prywatnymi upodobaniami, ale również znaczeniem kolorów oraz tym, jak chcesz, żeby Twoja firma była odbierana przez potencjalnych klientów.

Promocje sezonowe produktów lub usług pozwalają na ich zwiększoną sprzedaż w czasie, w którym są najbardziej popularne.

Programy lojalnościowe pozwalają na zachęcenie klientów do powrotu do naszej firmy, żeby otrzymać więcej punktów lojalnościowych, za które mogą coś dostać.

Różne firmy często dają **kupony rabatowe** na kolejne zakupy, które zachęcają klientów do zakupu. Czasem chcą zachęcić klientów do pierwszych zakupów albo powrotu po dłuższym czasie nieobecności i również wtedy warto dać klientom kupony rabatowe.

Konkursy są świetną formą promocji, ponieważ ludzie chętnie udostępniają o nich informacje i chętnie biorą w nich udział. Zwiększają one rozpoznawalność marki i wpływają na pozytywną opinię klientów.

E-marketing polega na bezpośrednim wysyłaniu maili do klientów w formie reklam, newsletterów i informacji o promocjach. Jeżeli klient wpisze dobrowolnie swój adres mailowy na naszej stronie i tym samym dopisze się do naszej listy mailingowej, tym chętniej będzie czytać maile od nas. Maile wysyłane do klientów, którzy nic nie słyszeli o naszej firmie są zdecydowanie mniej skuteczne.

Organizacja **konferencji**, różnych **wydarzeń** oraz udział w **targach** są świetnym rodzajem promocji dla firmy, ponieważ klienci mogą bezpośrednio zapytać o usługi, przetestować produkty, poznać osoby pracujące nad rozwojem firmy.

Reklama z udziałem influencerów jest coraz bardziej popularnym i efektywnym rodzajem promocji firmy. Koszt takiej reklamy zależy od popularności influencera i czasem może być wyższy niż koszt reklamy w telewizji, a czasem wystarczy barter, czyli wymiana produktów lub usług firmy w zamian za reklamę.