

SZKOLENIE DEDYKOWANE  
BROSZURA INFORMACYJNA

---

# PLANOWANIE KAMPANII DIGITAL

*Naucz się tworzyć skuteczne i angażujące kampanie w internecie!*

*Dowiedz się, jak planować skuteczne i angażujące kampanie w internecie.*

*Poznaj narzędzia, zdobądź warsztat strategiczny i odkryj nowe możliwości dla swojej marki.*

*Szkolenie wzbogacone o liczne praktyczne przykłady i case studies.*



**KRZYSZTOF WINNIK**

trener

## RODZAJ SZKOLENIA

szkolenie dedykowane (dla firm) zamknięte

## OPTYMALNA LICZBA UCZESTNIKÓW

15 osób to optymalna wielkość grupy

## DŁUGOŚĆ SZKOLENIA

szkolenie całodzienne

## MATERIAŁY

uczestnicy otrzymają materiały w wersji elektronicznej

## CZAS I MIEJSCE

ustalane elastycznie z Klientem

## CERTYFIKAT

uczestnicy otrzymają certyfikat ukończenia szkolenia

**CEL SZKOLENIA** Usystematyzowanie wiedzy i zapoznanie uczestników z nowoczesnymi koncepcjami planowania strategicznego obecności marki w sieci. Szkolenie wymaga podstawowej wiedzy z zakresu media-planningu i strategii marki. Koncentrujemy się przede wszystkim na omawianiu aspektów praktycznych w obszarze B2C. Liczne przykłady i case-studies równoważą teorię z praktycznymi walorami szkolenia.

**DLA KOGO** Szkolenie dedykowane jest osobom zajmującym się marketingiem B2C – w szczególności Brand Managerom, Marketing Managerom, Dyrektorom Marketingu, Digital Managerom i specjalistom wspomagającym pracę marketerów w działaniach internetowych.

**CZEGO SIĘ NAUCZYSZ** Dowiesz się jak planować i realizować skuteczne i angażujące kampanie internetowe integrując kanały dotarcia i wykorzystując innowacyjne taktyki komunikacji z konsumentem.

## WINNIK CONSULTING & COURSES

[www.winnikconsulting.pl](http://www.winnikconsulting.pl)

**NAPISZ DO MNIE:** [kw@winnikconsulting.pl](mailto:kw@winnikconsulting.pl)

**ZADZWOŃ:** +48 575 742 212

PROPONOWANA AGENDA

# PLANOWANIE KAMPANII DIGITAL

- BLOK 1.** • digitalizacja w działaniach marketingowych – gdzie dziś  
**wprowadzenie** jesteśmy i jaka czeka nas przyszłość?
- ewolucja planowania taktycznego i roli mediowej kanałów internetowych
  - Internet jako kanał komunikacji marketingowej na tle innych klas mediowych
  - omni-channel i zintegrowane planowanie komunikacji
  - koncepcje i modele strategiczne:
    - Inbound marketing vs Oubound Marketing
    - Audience byuing vs Placement buying
    - Mainstream vs Longtail
    - Brand Laddering a kanały komunikacji w internecie
    - lejek zakupowy i odwrócony lejek

- BLOK 2.** • źródła wiedzy o konsumencie w sieci  
**analiza: metody,** • podstawowe wskaźniki stosowane w marketingu internetowym  
**źródła i narzędzia** • pozyskiwanie insightów

- BLOK 3.** • jak budować kampanie realizujące konkretne cele biznesowe  
**definiowanie** i marketingowe  
**celów kampanii** • identyfikowanie barier
- definiowanie celów komunikacyjnych i mediowych
  - praca z briefem komunikacyjnym i mediowym

- BLOK 4.** • jak przenieść język ATL na język internetu
- definiowanie grup odbiorców**
- targetowanie behawioralne i inne możliwości, jakich nie dadzą media off-line'owe
  - segmentacja i granulacja grup docelowych w działaniach internetowych

- BLOK 5.** • jak budować kampanie, które wywołują emocje i są zauważalne
- angażowanie i definiowanie wartości dla internauty**
- zasięg, wizerunek i zaangażowanie – jak pogodzić te 3 obszary?
  - case studies

- BLOK 6.** • przegląd taktyk B2C zorientowanych na pozyskiwanie klientów, budowanie preferencji marki, działań zachęcających do kupna produktu i kampanii lojalizujących konsumenta
- taktyki i kanały komunikacji**
- tworzenie zintegrowanych planów komunikacyjnych
  - innowacyjne strategie digitalowe (case-studies)

- BLOK 7.** • metody płatności i rozliczeń
- budżetowanie i pomiar efektywności**
- metody weryfikacji skuteczności działań
  - optymalizacja konwersji

SYLWETKA TRENERA  
**KRZYSZTOF WINNIK**



Związany z rynkiem reklamy i marketingu internetowego od 12 lat.

Ekspert w dziedzinie komunikacji w nowych mediach, konsultant, trener i szkoleniowiec, prelegent na czołowych konferencjach, regularny członek jury w konkursach reklamy internetowej i wykładowca akademicki. Specjalizuje się w marketingu internetowym i tematyce customer experience.

Aktualnie niezależny konsultant w Winnik Consulting i partner w agencji Faster&Better. Wcześniej współtworzył grupę marketingu zintegrowanego

NuOrder Group, kierował agencją strategicznego marketingu społecznościowego OSTRYGA, był dyrektorem rozwoju w grupie OS3.

Doradza międzynarodowym korporacjom w Polsce i na rynkach zagranicznych. Posiada bogate doświadczenie teoretyczne i praktyczne w zakresie strategii marki i komunikacji w mediach cyfrowych. Jest wykładowcą na Uniwersytecie Łazarskiego i AGH.

Jako trener trenerów IAB Polska współtworzy program standaryzacji i weryfikacji kompetencji digital marketingowych DIMAQ - Digital Marketing Qualification.

**WINNIK CONSULTING & COURSES**

[www.winnikconsulting.pl](http://www.winnikconsulting.pl)

**NAPISZ DO MNIE:** [kw@winnikconsulting.pl](mailto:kw@winnikconsulting.pl)

**ZADZWOŃ:** +48 575 742 212

WINNIK CONSULTING & COURSES  
WYBRANI KLIENCI



ZAMÓW SZKOLENIE  
SKONTAKTUJ SIĘ



Krzysztof Winnik

ZADZWOŃ: +48 575 742 212

NAPISZ: kw@winnikconsulting.pl