

Śledzenie rynku pod kątem działań komunikacyjnych/ reklamowych

termin szkolenia: **17 listopada 2010 r.**

osoba prowadząca: **Dobromir Ciał (MillwardBrown SMG/KRC)**

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które uczestniczą w decyzjach dotyczących strategii komunikacji i budowania wizerunku marek. Prowadzący zakłada, że uczestnicy szkolenia posiadają podstawową wiedzę z zakresu badań rynku.

Badania trackingowe od kuchni

- Decyzje metodologiczne przy konstruowaniu trackingu
- Dobór próby i częstość pomiaru
- Metody zbierania danych w badaniach trackingowych
- Metody agregowania danych w badaniach trackingowych
- Wybór metodologii a wyniki

Analiza kondycji marki na ogólnym poziomie

- Czym jest "brand equity", w jaki sposób ją mierzyć? Czym jest wartość marki?
- Charakterystyka wskaźników kondycji marki
- Interpretacje związków między wskaźnikami
- Kondycja marki a dane sprzedażowe
- Analiza dynamiki trendów
- Metody prognozowania trendów
- Wpływ komunikacji na kondycję marki

Analiza wizerunku

- Różne podejścia do pomiaru wizerunku
- Wyciąganie wniosków na temat pozycjonowania marek
- Wyciąganie wniosków na temat ważności elementów wizerunku na rynku
- Wycena wizerunku

Analiza komunikacji

- Co to znaczy efektywna komunikacja?
- Podejścia do analiz wydatków na reklamę
- Ocena pojedynczych spotów reklamowych

Koszt szkolenia: 990 zł

Miejsce szkolenia: Warszawa

Dobromir Ciał - Research Unit Director w MillwardBrown SMG/KRC, absolwent Instytutu Socjologii UW. Obecnie zarządza 30-osobowym zespołem badaczy, współpracując z największymi graczami na różnych rynkach. Wcześniej – jako analityk, odpowiadał za rozwój technik związanych z badaniami ilościowymi. Poza regularnym doradztwem w zakresie badań, ma również doświadczenie w prowadzeniu dedykowanych warsztatów metodologicznych dla Klientów, szkoleniach dla badaczy a także uczestniczy w kongresach branżowych.