

Kultura źródłem innowacji dla marki



szkolenie, 15 marca 2019 r.

Paulina
Goch-Kenawy
semiosfera

Tematyka szkolenia

Jeśli wiesz w jaki sposób ideologie wpływają na tworzenie innowacji w obszarze red ocean, czym są strategie kulturowe i jak je budować i jak przenosić znaczenia kulturowe w obszar customer i brand experience a także czym jest storytelling w przestrzeni sprzedażowej, **to szkolenie nie jest dla Ciebie**. A jeśli czujesz, że warto się dowiedzieć się więcej - czytaj dalej.

Marketing to część naszej rzeczywistości i właśnie dlatego, bez kultury jest ślepy.

Świat się zmienia, bardziej niż kiedykolwiek w całym okresie funkcjonowania człowieka. Przystają informacje, których ilość i szczegółowość wprowadza często więcej dezorientacji niż zrozumienia, dlatego tak silnie widoczna jest na rynku globalnym tendencja do rozwoju projektowania i badań w zgodzie z nurtem Human Centered Process. To właśnie czynnik ludzki i kulturowy potrafi nadać sens zdefragmentowanemu morzu danych.

Szkolenie przybliży zagadnienia związane z markami jako tworam kulturowymi. W trakcie szkolenia jego uczestnicy poznają podstawowe aspekty związane z brandingiem kulturowym oraz technikami analiz semiotycznych po to, by następnie wykorzystać tę wiedzę w procesie projektowania rozwiązań osadzających markę kulturowo. Szkolenie ma na celu usprawnienie procesu implementacji wiedzy wynikającej z badań kulturowych i semiotycznych do tworzenia rozwiązań marketingowych takich, jak projektowanie strategii, produktu, komunikacji czy innowacji. Szkolenie wypełnia lukę na rynku dotyczącą kształtowania wiedzy i kompetencji związanych z wykorzystaniem danych płynących z badań semiotycznych i kulturowych do kreowania przewagi rynkowej a nie tylko wiedzy rynkowej.

Szczegółowy zakres szkolenia

1. Wprowadzenie do zagadnień związanych z brandingiem kulturowym.
2. Rola kultury w budowaniu marki. Kultura to nasz system operacyjny.
3. Semiotyka komercyjna - jak i po co?
4. Czas innowacji a język kultury. Marki ikoniczne, wyróżnialne, ważne, to takie, które są jednocześnie kulturowymi innowatorami. Przekraczają dotychczasowe sposoby myślenia, konwencje obowiązujące w kategoriach. Zmieniają zasady gry rynkowej.
5. Kulturowa mapa i jak z niej korzystać - warsztat oparty o autorskie narzędzie karty Kulturowych Inspiracji.

Do kogo kierowane jest szkolenie

Do wszystkich osób zainteresowanych zarządzaniem marką, projektowaniem rozwiązań i strategii marek oraz tych, które szukają nowej wiedzy i perspektywy dla procesów projektowania komunikacji, produktów czy usług (brand managerów, strategów, specjalistów ds. komunikacji, designerów, badaczy).

Korzyści dla uczestników

- Poznanie zagadnień i narzędzi związanych z brandingiem kulturowym i wskazanie jakie miejsce zajmują w procesie metody analiz semiotycznych.
- Spojrzenie na budowanie doświadczeń konsumentkich przez pryzmat znaczeń kultury. Jak znaczenia ważne dla marki ożywić w przestrzeni i sprawić by stały się częścią doświadczeń konsumenta w przestrzeniach sprzedażowych?
- Wiedza na temat implementacji wiedzy semiotycznej w obszarze komercyjnym (case studies) - innowacje produktowe i usługowe.
- Zyskanie kompetencji do oceny działań marki z perspektywy kulturowej.
- Przejście przez proces tworzenia rozwiązań korzystających z wiedzy kulturowej i semiotycznej (praca warsztatowa z wykorzystaniem autorskiego narzędzia kart Inspiracji Kulturowych w 4 obszarach tematycznych: kobiecość/męskość/technologia/natura) oraz stworzenie prototypów.
- Poznanie elementów techniki design thinking w połączeniu z wiedzą kulturową.

Kluczowe pojęcia i zagadnienia

semiotyka, branding kulturowy, design thinking, innowacje, kultura, zarządzanie marką, tworzenie produktu, tworzenie komunikacji, strategia, badania

Forma szkolenia

Jedną trzecią czasu szkolenia przeznaczymy na przekazanie wiedzy na temat metodologii badawczej, którą jest semiotyka komercyjna oraz branding kulturowy. W efekcie nastąpi zbudowanie wspólnego języka wszystkich osób biorących udział w szkoleniu. Elementy

teoretyczne zostaną objaśnione na podstawie case studies pochodzących z rynku lub popkultury. Pozostały czas zajmie praca warsztatowa, w trakcie której, w oparciu o karty Inspiracji Kulturowych, uczestnicy przejdą proces projektowania rozwiązań opartych na wiedzy kulturowej.

Stopień zaawansowania szkolenia:

Uczestnicy powinni mieć podstawową wiedzę z zakresu marketingu i zarządzania marką.

Prowadzi:



Paulina Goch-Kenawy

semiosfera

Semiotyk, badacz kultury i konsultant z wieloletnim doświadczeniem rynkowym. Przez siedem lat pracowała jako semiotyk w Semiotic Solutions. Brała udział w wielu międzynarodowych projektach semiotycznych na zlecenie globalnych marek i brytyjskich agencji semiotycznych. Prelegentka i stała uczestniczka międzynarodowej konferencji poświęconej semiotyce komercyjnej - Semiofest (najlepsze wystąpienie w 2015 roku w Paryżu). Dwukrotna prelegentka Kongresu Badaczy. Prelegentka Impact Academy. Autorka licznych tekstów dotyczących semiotyki i perspektywy kulturowej w projektowaniu działań marek.

Moderator metody Design Thinking. Prowadzi warsztaty i szkolenia łącząc perspektywę semiotic thinking wraz z rozwiązaniami projektowymi. Autorka kart Kulturowych Inspiracji. Współpracuje z agencjami badawczymi, strategicznymi i designerskimi, wprowadzając semiotykę w zakresie zrozumienia działań konkurencji, kategorii, insightów produktowych i kulturowych, trendów oraz zmian kulturowych. Pracowała dla licznych klientów z branży telekomunikacyjnej, FMCG, farmaceutycznej, finansowej.

Tytuł: Kultura źródłem innowacji dla marki

Data: 15 marca 2019 r.

Miejsce: PTBRiO, Szarotki 11, Warszawa

Koszt do 22 lutego: 899 zł, później 990 zł netto

Kontakt: szkolenia@ptbriio.pl, 22 648 44 92

