



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

MODUŁY SZKOLENIOWE

12-13 czerwiec 2010r.

Szkolenie 1:

„Sprzedaż i wspomaganie sprzedaży przez Internet dla sektora turystyki”

OPIS SZKOLENIA:

Internet jest jednym najtańszych medium dotarcia do Klienta i elementem codzienności niemal każdego z nas – wykorzystaj to!

W dzisiejszych czasach, w pędzie wydarzeń i wielu możliwości promocyjnych zapominamy o jednym z najtańszych medium dotarcia. Internet – z jednej strony wielka encyklopedia informacji, z drugiej tak samo wielki „śmietnik”. Internet stał się elementem codzienności niemal każdego z nas, dlatego tym bardziej powinno nam zależeć na jak najlepszym wykorzystaniu tego kanału komunikacji do wspomaganie sprzedaży. Warto zatem przybliżyć ciekawe rozwiązania, które nie zawsze wiążą się z wielkimi budżetami, a często koncentrują się na przejrzystości i wiarygodności informacji. Inne, te których celem jest wywołanie konkretnych emocji czy interakcji pomyślane są i zaprojektowane w sposób niebanalny i same w sobie bardzo często stanowią atrakcję dla internautów. W ramach szkolenia poznacie Państwo techniki pozwalające wykorzystać INTERNET jako bardzo efektywne medium sprzedaży i wspomaganie sprzedaży dla sektora turystyki.

Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o.o. ul. Świętojańska 53/8 81-391 Gdynia; tel./fax.: (58) 669 70 04; badania@arg.gdynia.pl
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna ul. Długi Targ 8-10 80-958 Gdańsk; tel.: (58) 732 70 44 fax.: (58) 320 41 39;
it@prot.gda.pl



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Szkolenie 2:

„Marketing narracyjny”

OPIS SZKOLENIA:

Większość z nas z pewnością słyszała o tzw. technikach pamięciowych. Naukowcy w przeprowadzonych przez siebie badaniach odkryli, iż jedną z najskuteczniejszych metod zapamiętywania określonych słów jest stworzenie opowiadania, w które słowa te wpleciemy, szczególnie jeśli postaramy się, by było ono interesujące i posiadało zabarwienie emocjonalne. Czy zatem wykorzystując „magię” opowieści, zastępując suche fakty zapadającą w pamięć historią jesteśmy w stanie wzbudzić w innych zainteresowanie produktem, usługą, miastem czy regionem? Okazuje się, że tak i to bardzo skutecznie, jeśli tylko kierujemy się ściśle określonymi regułami...

Celem szkolenia będzie poznanie Marketingu Narracyjnego i umiejętność wprowadzenia w życie jego zasad w tworzeniu Marki. Szkolenie będzie składało się z dwóch części – wprowadzenie w temat narracji i języka symboli oraz kształtowanie praktycznych umiejętności marketingu narracyjnego.

Niektóre zagadnienia i tematy poruszane w czasie szkolenia:

- ➔ baśnie, legendy, mity, literatura, kino – czyli dlaczego dobre historie zmieniają świat
- ➔ czym jest marketing narracyjny? – czyli jak stworzyć historię
- ➔ jakie cechy ma historia, którą pamiętamy?
- ➔ sztuka budowanie skutecznych narracji, "myślenia marketingiem narracyjnym"
- ➔ jak wykorzystać "opowieść" do tworzenia Marki?
- ➔ dlaczego konwencjonalna reklama nie ma większego sensu?