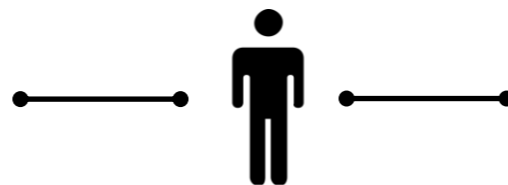


Zintegrowana komunikacja marketingowa: Obszary do analizy

Ta podręczna karta pozwoli ci na uporządkowanie zintegrowanej komunikacji marketingowej twojej marki. Warto ją wykorzystać, by uporządkować wszystkie najważniejsze miejsca, w których klient styka się z twoją marką.

OFFLINE

- obsługa bezpośrednia
- budynek i wejście
- eventy i spotkania
- reklama zewnętrzna i prasa
- marketing szeptany i opinie



ONLINE

- strona www
- media społecznościowe
- mailingi
- blogi i serwisy zewnętrzne
- monitorowanie opinii w sieci

Plan pracy nad strategią marketingową twojej szkoły (główne punkty)

- dobra analiza grupy docelowej i stworzenie person
- stworzenie propozycji wartości dla segmentów
- przygotowanie komunikacji i głównych RTTs
- analiza narzędzi i platform
- ustalenie mierzalnych celów
- ustalenie planu działania
- rozdzielenie ról i zadań
- analiza i mierzenie skuteczności działań