

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Blok 2 - moduł 3

**KREATYWNY PRZEDSIĘBIORCA:  
NOWOCZESNE INSTRUMENTY PROMOCJI,  
KREATYWNE ROZWIĄZYWANIE  
PROBLEMÓW,  
ELEMENT INNOWACYJNY  
BUDOWANIA POZYCJI W SPOŁECZEŃSTWIE**

Opracowane przez GrowthCoop

**Moduł ten dostarczy kluczy do stworzenia i rozwoju własnej marki oraz mechanizmów jej rozwoju i optymalnego pozycjonowania na rynku.**

**Zapewni również podejście do kreatywnego myślenia, technik marketingu cyfrowego, kreatywnego rozwiązywania problemów i gamifikacji.**

**Dzięki temu będziemy wiedzieli jak lepiej ukierunkować nasz produkt, naszego potencjalnego klienta i jak do niego dotrzeć w najbardziej efektywny sposób.**

## OPIS KURSU



# SPIS TREŚCI

- 1. TWORZENIE I ROZWÓJ MARKI**
- 2. UMIEJĘTNOŚCI KOMUNIKACYJNE**
- 3. ZNACZENIE POZYCJONOWANIA**
- 4. TWÓRCZE ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW**
- 5. MARKETING CYFROWY**
- 6. MYŚLENIE PROJEKTOWE**
- 7. GAMIFIKACJA**

# 1 TWORZENIE I ROZWÓJ MARKI

Tworzenie i rozwój marki to proces, który wymaga czasu, wysiłku i starannego planowania, będąc istotnym procesem w tworzeniu biznesu. Określenie osobowości marki, wizerunku firmy, logo czy komunikatów w mediach społecznościowych musi być uwzględnione przy zakładaniu firmy.

Marka wykracza daleko poza aspekty wizualne, takie, jak logo, to jak firma jest postrzegana, co oznacza, jak działa. Dlatego ten punkt jest bardzo ważny, jeśli chcesz odnieść sukces.

Aby prawidłowo stworzyć, a następnie rozwijać udaną markę, należy wziąć pod uwagę następujące aspekty:



## Zdefiniuj swój cel i wartości

Zanim zaczniesz rozwijać swoją markę.

## Określ swój cel oraz odbiorców

Kim są Twoi idealni klienci, ich potrzeby i pragnienia.

## Stwórz markę tożsamość

W jej skład wchodzi takie elementy, jak: logo, kolorystyka, typografia i wizerunek marki.

## Opracować strategię komunikacji

Strategia musi być jasna i spójna oraz powinna odzwierciedlać tożsamość Twojej marki

## Stworzyć wyjątkową markę doświadczenie

Poprzez dbanie o komunikację z klientami oraz sposób dostarczania produktów lub usług.

## Dokonać adiustacji

W miarę rozwoju marki monitorować, jak jest postrzegana na rynku.



Skuteczna komunikacja jest niezbędna do sprzedaży produktów i przekonywania klientów. To klucz do udanej sprzedaży. To może wydawać się oczywiste, ale niemożliwe jest zakończenie transakcji bez przedstawienia wartości produktu potencjalnemu klientowi, co oznacza zrozumienie problemów klienta i zaproponowanie strategii ich rozwiązania.

## 2. UMIEJĘTNOŚCI KOMUNIKACYJNE

Oto kilka umiejętności komunikacyjnych, które mogą pomóc w skutecznej sprzedaży produktów:



## Aktywnie słuchać

Aktywne słuchanie to umiejętność zwracania uwagi na to, co mówi klient, zrozumieć go i skutecznie zareagować.

Uważnie słuchać i zadawać pytania, aby dowiedzieć się więcej na temat jego potrzeb i pragnień.

## Mówić językiem klienta

Używaj języka przyjaznego dla klienta, który jest łatwy do zrozumienia. Używaj słów i zwrotów, które klienci mogą odnieść do swojego codziennego życia.

## Informowanie o korzyściach

Skup się na korzyściach, które oferujesz.

Pomóż klientom zrozumieć, jak produkt może rozwiązać ich problemy lub poprawić ich życie.







## **Pasja i entuzjizm**

Okaż entuzjizm i pasję do produktu. Klientów przyciągają ludzie, którzy są pasjonatami tego, co robią.

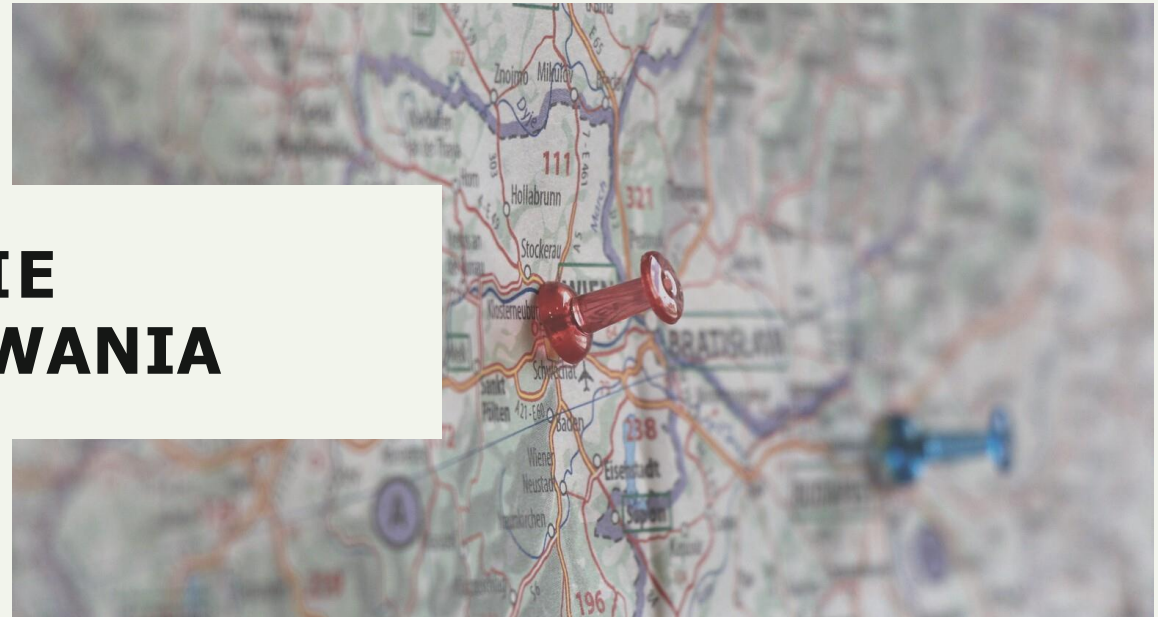
## **Bądź jasny i zwięzły**

Używaj prostego i jasnego języka, aby przekazać korzyści płynące z produktu. Bądź zwięzły i unikaj używania technicznego żargonu lub skomplikowanych słów.

## **Oferowanie rozwiązań dostosowanych do potrzeb klienta**

Zamiast oferować jedno rozwiązanie dla wszystkich, stwórz indywidualne rozwiązania, które spełniają potrzeby i życzenia każdego klienta.

### 3. ZNACZENIE POZYCJONOWANIA



Na coraz bardziej konkurencyjnym rynku, pozycjonowanie pomaga odróżnić firmę od konkurencji. Kiedy określona jest jasna pozycja rynkowa, potencjalnym klientom łatwiej jest zidentyfikować, jakie produkty oferuje firma i co odróżnia ją od reszty, co czyni ją bardziej atrakcyjną.

Kiedy pozycjonowanie jest już solidnie ugruntowane, firma staje się bardziej atrakcyjna dla określonej grupy odbiorców, co z kolei może pomóc w przyciągnięciu większej liczby potencjalnych klientów.

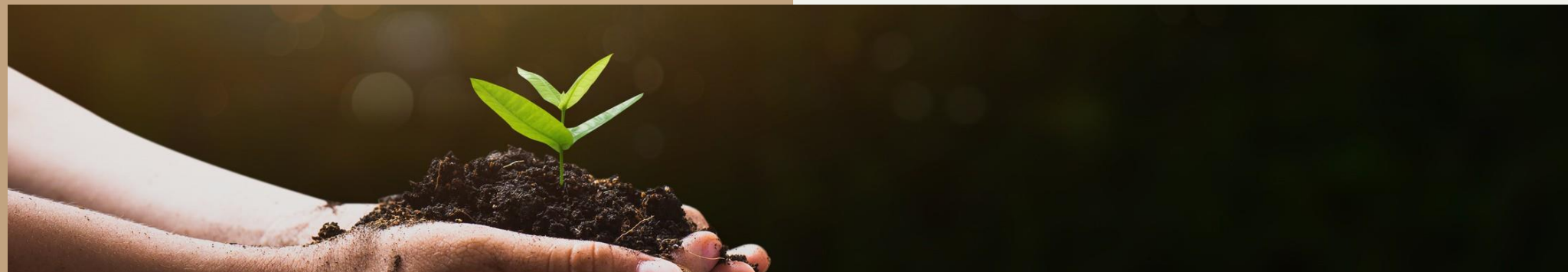
Pozycjonowanie może również stanowić dodatkową wartość do produktów i usług.

Poprzez ustanowienie silnego i spójnego wizerunku marki klienci mogą być skłonni zapłacić więcej za produkty i usługi firmy.

Dzięki posiadaniu wyraźnej prosumpcji na rynku, można jasno określić możliwości ekspansji lub dywersyfikacji.

Znając potrzeby tej grupy docelowej, firma może dostosować i zaoferować nowe produkty lub usługi.

Innymi słowy, pozycjonowanie pomaga odróżnić się od konkurencji, przyciągnąć nowych potencjalnych klientów, dodać wartość do produktów i usług oraz określić możliwości rozwoju i dywersyfikacji działalności gospodarczej.



## 4. TWÓRCZE ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW

Twórcze rozwiązywanie problemów to proces opracowany w celu znalezienia innowacyjnych rozwiązań problemów i wyzwań. Zamiast stosowania konwencjonalnych rozwiązań, twórcze rozwiązywanie problemów polega na wykorzystaniu technik i narzędzi stymulujących twórcze myślenie i generujących unikalne pomysły.

### BURZA MÓZGÓW

Polega na wygenerowaniu jak największej liczby pomysłów, jak tylko to możliwe w danym czasie.

Pomysły te są następnie przeglądane i oceniane w celu określenia, które z nich są wykonalne.

### MAPOWANIE MYŚLI

Używane do wizualizacji problemu i generowania pomysłów na ich rozwiązanie. Polegają one na stworzeniu wizualnego diagramu przedstawiającego pomysły związane z tematem głównym.

## ANALIZA PODSTAWOWYCH PRZYCZYŃ

Identyfikuje podstawową przyczynę problemu. Nie leczy objawów, ale identyfikuje i zajmuje się przyczyną problemu, aby mu zapobiec.

## MYŚLENIE LATERALNE

Jest procesem polegającym na podejściu do problemu z innej perspektywy. Zamiast stosować konwencjonalne rozwiązania, myślenie lateralne obejmuje inowacyjne niezasuflatkowane rozwiązania.



## PROTOTYPOWANIE

Prototypowanie polega na tworzeniu wstępnej wersji potencjalnego rozwiązania problemu. Można w ten sposób dokonać poprawek przed zainwestowaniem czasu i środków w kompletne rozwiązanie.



## 5. MARKETING CYFROWY

Marketing cyfrowy przeobraził sposób, w jaki firmy wchodzą w interakcję z klientami i jak są promowane produkty. Dzięki wykorzystaniu narzędzi marketingu cyfrowego firmy docierają do globalnej społeczności. Zastosowanie nowych cyfrowych platform jak np. media społecznościowe, wyszukiwarki pozwala łatwiej dotrzeć firmom do potencjalnych klientów.

Marketing cyfrowy jest często tańszy niż tradycyjne strategie marketingowe takie, jak: reklama radiowa, telewizyjna, reklama prasowa.

Ten marketing oferuje szeroki wachlarz opcji do wyboru od płatnych reklam w mediach społecznościowych do e-mail.

Pozwala również firmom na segmentację odbiorców w oparciu o konkretne kryteria takie, jak: lokalizacja geograficzna, zainteresowania i zachowania online. Oznacza to, że firmy mogą dotrzeć do bardziej ukierunkowanej grupy odbiorców, co zwiększa skuteczność kampanii marketingowych.

Wykorzystanie narzędzi marketingu cyfrowego umożliwia pomiar wydajności reklamy i pozwala na poprawę jakości i skuteczności kampanii reklamowych.

Daje to również możliwość nawiązania bardziej spersonalizowanych relacji z klientami. Firmy mogą wchodzić w interakcje ze swoimi klientami za pośrednictwem mediów społecznościowych i innych kanałów online, co może poprawić satysfakcję klientów i sprzyjać ich lojalności.



## 6. MYŚLENIE PROJEKTOWE

Design Thinking to proces rozwiązywania problemów poprzez stawianie potrzeb konsumentów ponad wszystko. Opiera się na obserwowaniu, z empatią, jak ludzie wchodzą w interakcje w swoich środowiskach i stosowaniu interaktywnego i praktycznego podejścia do tworzenia innowacyjnych rozwiązań.

Proces Design Thinking składa się z pięciu etapów:

### EMPATIA

Na tym etapie projektanci skupiają się na zrozumieniu użytkowników i ich potrzeb. Przeprowadzane są wywiady, obserwacje i inne działania mające na celu zebranie informacji o użytkownikach i ich doświadczeniach.





## DEFINICJA

Projektanci wykorzystują informacje zebrane na etapie Empatii do zdefiniowania problemu.

Obejmuje to identyfikację potrzeb i życzenia użytkowników końcowych.

## IDEACJA

Wykorzystywana do generowania szerokiej gamy pomysłów na rozwiązanie problemu.

Zachęca się do tworzenia innowacyjnych pomysłów, a ilość pomysłów jest ceniona nad jakością.

## PROTOTYPOWANIE

Projektanci tworzą prototypy rozwiązań opracowanych w poprzednim etapie. Te prototypy mogą być proste lub złożone w zależności od złożoności problemu.

## TESTOWANIE

Na tym etapie prototypy są testowane z użytkownikami końcowymi, aby ocenić ich skuteczność i zebrać informacje zwrotne.

Informacje zwrotne są wykorzystywane do poprawy i udoskonalenia projektu.



Myślenie projektowe to metodologia iteracyjna, w której etapy mogą być powtarzane aż do zadawalającego efektu.

Metodologia ta może być stosowana do wielu różnych problemów, od projektowania produktów po tworzenie strategii biznesowych.

W przeciwieństwie do tradycyjnego rozwiązywania problemów, które jest liniowym procesem identyfikacji problemu, a następnie generowania rozwiązań i burzy mózgów, myślenie projektowe działa tylko wtedy, gdy jest iteracyjne. Nie jest to tylko sposób na znalezienie jednego rozwiązania, ale raczej na ciągłe rozwijanie swojego myślenia i odpowiadanie na potrzeby konsumentów.





## 7. GAMIFIKACJA

Gamifikacja to technika coraz częściej wykorzystywana w marketingu, ponieważ może pomóc firmom zwiększyć zaangażowanie konsumentów, zbudować lojalność wobec marki i poprawić doświadczenie klienta.

Programy nagradzania są popularną formą grywalizacji w marketingu. Firmy mogą oferować punkty, rabaty lub prezenty za wykonanie określonych czynności, takich jak dokonanie zakupu lub polecenie znajomym. Programy te mogą być bardzo skuteczne w budowaniu lojalności klientów i zwiększaniu sprzedaży.

Firmy mogą tworzyć gry online lub na urządzeniach mobilnych, które są zabawne i rozrywkowe dla konsumentów, ale także promują ich markę lub produkty. Gry mogą zawierać wyzwania i nagrody, mogą być skutecznym sposobem na zwiększenie zaangażowania konsumentów i generowania emocji wokół marki.

Konkursy i loterie to kolejna popularna forma grywalizacji w marketingu. Firmy mogą oferować nagrody za udział w konkursie lub loterii, lub za podjęcie określonych działań, takich jak udostępnienie postu w mediach społecznościowych. Działania te mogą pomóc zwiększyć zaangażowanie konsumentów i wygenerować interakcję wokół marki.

Grywalizacja może być skutecznym narzędziem marketingowym poprzez uczynienie interakcji z konsumentami bardziej angażującymi i zabawnymi. Ponadto, grywalizacja może pomóc firmom zwiększyć zaangażowanie konsumentów, wzmocnić lojalność i poprawić doświadczenie klienta.





# PROJEKT WOBIS

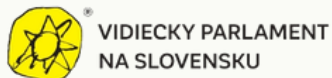
Rozwój  
stowarzyszeń  
kobiet wiejskich  
szansą na  
wzrost  
przedsiębiorczości  
kobiet

**STRONA WWW:**  
[www.wobis2022.eu](http://www.wobis2022.eu)

**FACEBOOK:**  
WOBIS



## INFORMACJE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

