



## Mapowanie ścieżki konsumenta (consumer journey) - szkolenie

Numer usługi 2024/06/19/9718/2189870

3 567,00 PLN brutto

2 900,00 PLN netto

148,63 PLN brutto/h

120,83 PLN netto/h

ZWIĄZEK  
PRACODAWCÓW  
BRANŻY  
INTERNETOWEJ  
INTERACTIVE  
ADVERTISING  
BUREAU POLSKA



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Usługa szkoleniowa
- 🕒 24 h
- 📅 23.09.2024 do 27.09.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Pracownicy sektora komunikacji marketingowej zajmujący się projektowaniem i wdrażaniem innowacji w organizacjach, ze stażem max. 3 lat</li><li>Pracownicy agencji reklamowych, działów marketingu, rozwoju i innowacji</li><li>Liderzy zmian</li><li>Menedżerowie i osoby zarządzające organizacją, którzy chcą zaadaptować swoją działalność do nowych warunków, by osiągnąć przewagę konkurencyjną, mierzyć doświadczenia i za pomocą consumer journey map tworzyć usługi i produkty</li><li>Specjaliści ds. produktów, usług, doświadczeń klienta (Customer experience), którzy chcą optymalizować i zmieniać doświadczenia klienta i nimi zarządzać</li></ul> <p>Szkolenie jest zgodne z rekomendacjami Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	22-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do nauczenia się jak włączyć mapowanie ścieżki konsumenta do działań komunikacyjnych marki. Tworzenia value canvas i person, definiowania wyzwań projektowych, pracy z narzędziami do prototypowania. Samodzielnego budowania ścieżki konsumenta wskazując media, za pomocą których marka komunikuje się z konsumentem.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Identyfikuje i odwzorowuje ścieżkę interakcji klienta z marką, uwzględniając różnorodne kanały komunikacji na tej ścieżce.	charakteryzuje poszczególne etapy ścieżki interakcji klienta	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI: tworzy Mapę ścieżki konsumenta (consumer Journey Map), określając czynniki, które zachęcają lub powstrzymują konsumenta na poszczególnych etapach ścieżki oraz wskazując środki (media), za pomocą których marka komunikuje się z konsumentem na poszczególnych etapach.	projektuje i realizuje mapę ścieżki konsumenta	Test teoretyczny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ustala cele i priorytety działania	ustala priorytety w działaniu przy projektowaniu i realizacji działań	Test teoretyczny

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

## Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi zawiera opis efektów uczenia się.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

### **Analiza grupy celowej – 1h**

- Definiowanie grupy celowej: zmienne demograficzne, psychograficzne i mediowe
- Research oraz narzędzia wspierające

### **Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - 2 h**

- Definicja insightu konsumenckiego
- Przedstawienie jakie są rodzaje insightów i jak się różnicują. Jaką rolę pełnią w planowaniu komunikacji i za co odpowiadają.
- Jakie cechy powinien mieć dobry insight konsumencki.
- Najczęstsze błędy przy formułowaniu insightów.
- Etapy planowania strategii komunikacji, na których należy wdrożyć proces poszukiwania

### **Badania użytkowników – 1h**

#### **Tworzenie person marketingowych – 2h 30 min**

- Typy person, przydatne persony marketingowe
- Typowe błędy przy tworzeniu person
- Proces tworzenia persony krok po kroku

#### **Mapowanie consumer journey – 3h 30 min**

- Job to be done – scenariusz consumer journey
- Identyfikacja etapów consumer journey
- Czynności i Touchpointy
- Oczekiwania, potrzeby, emocje
- Pain points

#### **Rola Consumer Journey w komunikacji - 45 min**

#### **Consumer journey loop w ujęciu mediowym - 7 h 15 min**

- Consumer Journey Loop – przedstawienie koncepcji CJL oraz wpływającej z niej taktyki komunikacyjnej
- Rola mediów – omówienie roli poszczególnych klas mediów w ramach ich oddziaływania w CJL
- Przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie mapowania ścieżek
- wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

**Godzina szkoleniowa = 45 min. Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.**

**Szkolenie ma wymiar teoretyczny 20% i praktyczny 80%. Podział jest uwidoczniiony w harmonogramie.**

**Elementy praktyczne szkolenia obejmują.in.:**

- tworzenie person
- tworzenie mapy podróży konsumenta
- wykorzystanie narzędzi mediowych na różnych etapach zaangażowania konsumenta w markę

Szkolenie nie ma wymagań wstępnych.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 14</b> Analiza grupy celowej - teoria	Bartosz Sikora	23-09-2024	10:00	10:15	00:15
<b>2 z 14</b> Analiza grupy celowej - praktyka	Bartosz Sikora	23-09-2024	10:15	11:00	00:45
<b>3 z 14</b> Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - teoria	Bartosz Sikora	23-09-2024	11:00	11:30	00:30
<b>4 z 14</b> Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - praktyka	Bartosz Sikora	23-09-2024	11:30	13:00	01:30
<b>5 z 14</b> Badania użytkowników - teoria	Bartosz Sikora	24-09-2024	10:00	11:00	01:00
<b>6 z 14</b> Tworzenie person marketingowych - praktyka	Bartosz Sikora	24-09-2024	11:00	13:00	02:00
<b>7 z 14</b> Tworzenie person marketingowych - praktyka	Bartosz Sikora	25-09-2024	10:00	10:30	00:30
<b>8 z 14</b> Mapowanie consumer journey - teoria	Bartosz Sikora	25-09-2024	10:30	11:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>9 z 14</b> Mapowanie consumer journey - praktyka	Bartosz Sikora	25-09-2024	11:15	14:00	02:45
<b>10 z 14</b> Rola Consumer Journey w komunikacji - teoria	Bartosz Sikora	26-09-2024	10:00	10:45	00:45
<b>11 z 14</b> Consumer journey loop wujęciu mediowym - teoria	Bartosz Sikora	26-09-2024	10:45	11:45	01:00
<b>12 z 14</b> Consumer journey loop wujęciu mediowym - praktyka	Bartosz Sikora	26-09-2024	11:45	14:00	02:15
<b>13 z 14</b> Consumer journey loop wujęciu mediowym - praktyka	Bartosz Sikora	27-09-2024	10:00	14:00	04:00
<b>14 z 14</b> walidacja	-	27-09-2024	14:00	14:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 567,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	148,63 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,83 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Bartosz Sikora

Ekspert w dziedzinie digital marketingu, związany z branżą reklamy online od 2006 roku. Doradzał przy tworzeniu strategii marketingowych i realizacji działań komunikacyjnych klientom takim jak Ford, Heinz, BP, Castrol, Nike, Unilever, PKO BP, KIA, Maspex, Ubisoft czy Lufthansa. Skutecznie wprowadzał nowe platformy i narzędzia komunikacyjne oparte o rozwiązania cyfrowe. Laureat wielu nagród, w tym Mixx Awards, Effie i Golden Arrow. Wielokrotnie występował jako prelegent na kluczowych konferencjach branżowych, m.in. Forum IAB, Internet Beta, In Digital Marketing. Staż szkoleniowy w zakresie mapowania ścieżki konsumenta wynosi ponad 50 godzin. Wykształcenie wyższe.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- prezentacja ze szkolenia
- linki do samokształcenia

oraz zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 80% frekwencji.

### Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt [szkolenia@dimaq.eu](mailto:szkolenia@dimaq.eu) w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

## Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wskazane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

# Kontakt



**Ewa Opach**

**E-mail** [e.opach@dimaq.eu](mailto:e.opach@dimaq.eu)

**Telefon** (+48) 735 911 657