

CONTAGIOUS

Talks

🔍 Jste to, co | ✕

🔍 jíte

🔍 víte

**NAŠLI JSME TO
NEJLEPŠÍ ŽRÁDLO
ZE SVĚTA MARKETINGU.**



/ Nejlepší training je ten, který moc nebolí, funguje, je zábavný a nachytří vás tak, že budou skoro všichni žasnout. Takové jsou vysoce účinné **Contagious Talks**. Sestavili jsme sérii sedmi dvouhodinových setkání nad tématy:

1/ Efektivní reklama

- Reklama má prodávat. Nebo ne? Různé pohledy na efektivitu reklamy a komunikace.
- Co a proč ovlivňuje efektivitu reklamy.
- Co je efektivita pro Marka Ritsona, Petera Fielda a Les Bineta.
- Dobré, dobře ověřené způsoby jak na zvýšení efektivitu reklamy a komunikace.

2 / Strategie – marketingová, komunikační, reklamní

- Odkud, kam, proč a jak: Základní strategické otázky, jsou stejné pro šachy, fotbal i marketing.
- Je strategie teorie? „Ještě to promyslíme...“ versus „Jdeme to rovnou točit!“ A proč ani jedno nefunguje.
- Strategická kaskáda: začněte nejlépe od začátku.
- Jak si myslíte, že to funguje? Způsoby přemýšlení o strategii určují, Svatá trojice strategie, Strategie a taktika.
- To takhle potká marketingový ředitel obchodního ředitele a povídá: „Kdo má ve firmě při určování strategie ‚pravdu‘?“

3 / Brand

- Brand nebo značka? A není to jedno?
- Brand purpose. Funguje? Proč?
- Brand positioning
- Brand, společnost, kultura
- Příklady, případové studie

4 / Brief

- „Brief“ není od slova „stručný“ – ale mohl by být.
- Psaný, kreslený, nebo klidně zatančený. Brief je především proces až potom papír.
- Brief musí bavit. Musí inspirovat
- Kolik třešní tolik višňů čili každému plannerovi chutná jiný formát briefu. Vyberte si ten správný. Je jich tuna.
- Shit in, shit out a ne že ne.

5 / Insight

- Zvědavci, úředníci a píditélé.
- Jak insights hledat.
- Insight nevymyslíš.
- Data, informace, znalosti, moudrost. V případě potřeby opakujte.
- Zlatá kaskáda marketingového výzkumu.
- Sami neví, co chtějí. Jak se smysluplně ptát na potřeby.

6 / Kreativita – kreativní koncept

- „Já nejsem kreativec.“ Kreativita je kompetence, můžete se ji naučit.
- Kreativní reklama prodává nejlíp. Podívejte se sami. Příklady z praxe a důvody, proč fungovaly.
- Jak vymyslet kvalitní kreativní koncept za každých okolností ve 4 krocích.
- Je libo půl kila brainstormingu? Existují i jiné metody než trapné postávání před flipchartem.

7 / Jak hodnotit kreativitu, jak ji prodávat a kupovat

- Klientské líbí/nelíbí a co s tím.
- Kreativní koncept, exekuce, big idea - co hledáme, co je důležité?
- Check-list s nímž poznáte, jestli je to správně
- Až to uvidím, tak to poznám. Neintuitivní způsoby, jak konzistentně vyhledávat, nacházet dobrou kreativitu.
- Prodejní a nákupní triky

/ Nabízíme prezenční formu účasti. Sedm dvouhodinových seminářů stojí **14 200 Kč bez DPH** pro jednoho účastníka.

/ Při účasti celého týmu máme připravené množstevní slevy. V ceně je volný přístup do Contagious I/O po dobu celého kurzu. I/O je platforma, kde najdete tisíce případových studií těch nejlepších světových kampaní, rozhovory s tvůrci, insighty a strategie.

/ Lekce probíhají každé dva týdny.

/ Pokud chcete na školení přihlásit celý svůj tým, termíny naplánujeme podle vašich potřeb

PŘIHLAŠOVACÍ FORMULÁŘ JE K DISPOZICI [ZDE](#)

P.S. Pokud chcete přijít, ale přitom jste na psaní e-mailové žádosti, aby vám firma kurz zaplatila, moc sexy, stáhnete si žádost [TADY](#)