

Niestandardowe działania promocyjne

Jak zwiększyć sprzedaż i obniżyć koszty działań promocyjnych?

7-8 grudnia,
hotel InterContinental



KONKURSY, LOTERIE PROMOCYJNE:

- Jak przygotować loterię, konkurs krok po kroku?
- Przykłady udanych i nieudanych konkursów i loterii – m. in. przykłady z branży bankowej, turystycznej, FMCG

PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE:

- Jak przyciągnąć singla do zakupu usługi na przykładzie GoldenLine.pl?
- Konkurs jako angażująca forma reklamy na przykładzie usługi turystycznej.

MARKETING MOBILNY:

- Mobilna Książka Kucharska Knorr dla Unilever

MIERZENIE EFEKTYWNOŚCI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W INTERNECIE

- Jak przekuć mierzalność w ROI

Wtorek, 7 grudnia

9.30 Poranna kawa, rejestracja i przywitanie

10.00 Konkurs lub loteria – wprowadzenie

- Konkurs a loteria – różnice
- Zalety i wady konkursów
- Zalety i wady loterii
- „Ukryte” loterie – przedstawienie na przykładach loterii ukrytych w mechanizmach konkursowych.
- Konsekwencje uznania konkursu za loterię
- Inne podobne formy działań marketingowych:
 - programy lojalnościowe,
 - sprzedaż premiowa.

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

10.45 Tworzenie konkursu/loterii krok po kroku
Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

ćwiczenie

11.30 Przerwa na kawę

11.45 Mechanizmy loterii i konkursu w praktyce

- Analiza powodzenia loterii na podstawie decyzji o:
 - określeniu grupy docelowej
 - etapu zgłoszenia do loterii
 - wyborze puli nagród
 - sposobie przekazania nagród
 - formie losowania
- Loterie case studies
 - loteria bankowa
 - loteria z branży FMCG
 - loteria z branży ubezpieczeniowej
 - loteria producenta specjalistycznego sprzętu budowlanego
- Udane i nieudane konkursy case studies
 - dostawca gazu
 - branża FMCG
 - centrum handlowe

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

13.15 Lunch

14.15 Konkursy i loterie – zmiany w przepisach prawnych

- Najistotniejsze zmiany wprowadzone przez nowelizację ustawy o konkursach i loteriach wprowadzone w czerwcu 2010 roku.

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

14.45 Procedura przyznawania zezwolenia na organizację loterii krok po kroku

- Czas realizacji
- Wymagana dokumentacja
- Na co trzeba zwrócić szczególną uwagę?
- Procedura wydawania nagród

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

15.15 Wypełnianie dokumentacji

ćwiczenie

- Jak wypełnić wniosek?
- Jak napisać regulamin?
- Jak komunikować się z urzędnikami?
- Jak sporządzić protokół?

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

15.45 Przerwa na kawę

16.00 Konkursy i loterie – kwestie podatkowe

- Zasady opodatkowania nagród
- Obowiązki organizatora
- Przykłady dobrze sporządzonych regulaminów loterii
- Najczęstsze błędy podatkowe

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

16.30 Konkursy i loterie – ochrona danych osobowych

- Pobieranie i przetwarzanie danych osobowych
- Obowiązki organizatora
- Tworzenie zbioru danych osobowych
- Rejestracja zbioru w GIODO
- Kupony konkursowe:
 - wzory zgody na przetwarzanie danych osobowych
 - przykłady błędnych wzorów zgody na przetwarzanie
- Wypełnienie wniosku do GIODO

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

17.00 Konkursy i loterie a prawa autorskie

- Do kogo należą prawa do wymyślonego mechanizmu konkursu lub loterii?
- Umowa z agencją reklamową na realizację loterii lub konkursu
- Umowy z twórcami materiałów promocyjnych

Karolina Sobkowiak, Biuro Loterii

17.30 Zakończenie pierwszego dnia Warsztatów.

NA WARSZTATACH SPOTKACIE PAŃSTWO PRZEDSTAWICIELI BRANŻ:

FMCG, finansowej, farmaceutycznej, nieruchomości na stanowiskach:

- Dyrektor Marketingu
- Dyrektor Sprzedaży
- Brand Manager
- Dyrektor ds. Trade Marketingu
- Dyrektor ds. Programów Lojalnościowych
- Specjalista ds. Marketingu
- Specjalista ds. e-marketingu

Środa, 8 grudnia

9.30 Poranna kawa, rejestracja i przywitanie

10.00 Portale społecznościowe – nowy kanał promocji

- Trochę historii...
- Dlaczego lubimy media społecznościowe?
- Social media - moda czy nowy kanał komunikacji dla Twojego biznesu?
- Marketing usług w social media vs. tradycyjna reklama
- Jak przyciągnąć singla do zakupu usługi na przykładzie GoldenLine.pl?
- Konkurs jako angażująca forma reklamy na przykładzie usługi turystycznej
- Mikroblogi - Twój klient jako nośnik reklamy
- Podsumowanie i pytania

case study

case study

Konrad Jarowski, GoldenLine.pl

11.30 Przerwa na kawę

11.45 Marketing mobilny jako nowy kanał dystrybucji

- Ewolucja narzędzi marketingu mobilnego.
- Ocena popularności narzędzi M-marketingu w Polsce i na innych rynkach.
- Przewagi marketingu mobilnego nad innymi rodzajami działań marketingowych.
- Mobilna Książka Kucharska Knorr dla Unilever

case study

Piotr Pawlak, Fun & Mobile

13.15 Lunch

14.15 Programy lojalnościowe i strategie na obecność w mediach społecznościowych - niestandardowe działania wspierające sprzedaż

- Klasyka programu lojalnościowego w Internecie
- Zasady projektowania programu lojalnościowego
- Komu opłaca się inwestycja w social Media
- Korelacja: wydatki inwestycyjne a realne efekty obserwowane w Internecie

case study

Krzysztof Murzyn, Internet Designers

15.45 Przerwa na kawę

16.00 Zasady opracowania mierników skuteczności e-biznesu

- Uniwersalne mierniki w Internecie
- Nietypowe mierniki w Internecie
- Dobór odpowiedniej miarki do celów
- Skuteczność i efektywność pomiarów działań
- Pomiar a ROI

Krzysztof Murzyn, Internet Designers

17.30 Zakończenie Warsztatów. Wręczenie Certyfikatów





Karolina Sobkowiak, Właściciel – Biuro Loterii

Od ośmiu lat zajmuje się zawodowo kreacją i realizacją konkursów i loterii promocyjnych, szczególnie w branży FMCG, medialnej i bankowej. Prowadzi jako konferansjer losowania nagród w loteriach, które obsługuje Biuro Loterii. Prowadzi również, jako konferansjer imprezy targowe (m.in. od kilku lat Międzynarodowe Targi Turystyki w Opolu). Ze względu na swoje doświadczenie zawodowe wielokrotnie udzielała wywiadów radiowych i telewizyjnych. Wielokrotnie również występowała publicznie podczas organizowanych przez siebie imprez. Współpracowała przy organizacji Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu. Prowadzi również warsztaty w dziedzinie rozwoju osobistego oraz warsztaty teatralne. Ukończyła Wydział Wiedzy o Teatrze warszawskiej Akademii Teatralnej.



Konrad Jarowski, Dyrektor Sprzedaży - GoldenLine.pl

Od ośmiu lat związany z rynkiem reklamowym. Od dwóch lat Dyrektor Sprzedaży w GoldenLine odpowiedzialny za rozwój produktów z zakresu reklamy i Employer Brandingu. Ekspert w dziedzinie promocji w serwisach społecznościowych. Prelegent na wielu konferencjach dotyczących promocji w social media oraz zwiększania sprzedaży poprzez ten kanał. Praktyk w budowaniu kampanii promocyjnych i Employer Brandingowych, szczególnie w oparciu o media społecznościowe.



Piotr Pawlak, Prezes – Fun & Mobile

Założyciel Fun & Mobile, czołowej polskiej agencji marketingu mobilnego i studia developerskiego. Prowadził projekty marketingowe i informatyczne dla wielu znanych międzynarodowych i polskich marek. Specjalista w dziedzinie pozyskiwania środków unijnych. 15 lat w branży marketingu i rozwoju oprogramowania. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej.



Krzysztof Murzyn, Partner – Internet Designers

Strateg internetowy. Fan „szerokiego” spojrzenia na organizację, jej odbiorców i metody automatyzacji procesów biznesowych. Doradza kluczowym klientom ID w zakresie tworzenia kompleksowych strategii internetowych. W pracy wykorzystuje innowacyjne metody warsztatowe. Wcześniej pracował między innymi dla OS3 Multimedia i Tata Consultancy. Dotychczas współpracował m.in. z Mars Polska, Nestle, Lek Polska, FirstData, Nestle, Cartablanca, Leroy Merlin, Multikino. Od 10 lat związany jest zawodowo z systemami informatycznymi i komunikacją internetową.



DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ W WARSZTATACH:

- W dobie spadających przychodów ze sprzedaży wiele firm szuka nowych, niestandardowych form promocji produktów i usług.
- Wychodząc naprzeciw Państwa potrzebom stworzyliśmy program praktycznego szkolenia, na którym na podstawie licznych przykładów przedstawimy nowatorskie metody, które z pewnością pomogą Państwu zwiększyć sprzedaż.
- W programie m. in:
 - jak zwiększyć sprzedaż średnio o 30%, czyli przygotowanie konkursu, loterii krok po kroku.
 - potencjał sprzedażowy marketingu mobilnego i portali społecznościowych
 - mierzenie efektywności działań promocyjnych
- Na Państwa pytania odpowiadać będą sprawdzeni praktycy, którzy oprócz licznych przykładów przygotowali dla Państwa ćwiczenia, które z pewnością pomogą utrwalić zdobytą wiedzę.

Serdecznie zapraszam do udziału w spotkaniu:
Sebastian Wojciechowski

Niestandardowe działania promocyjne

Jak zwiększyć sprzedaż i obniżyć koszty działań promocyjnych?

7-8 grudnia, hotel InterContinental

TAK, chcę wziąć udział w warsztatach: „Niestandardowe działania promocyjne”

Termin: 7-8 grudnia 2010
Cena 1995 PLN + VAT do 29 października
Cena 2595 PLN + VAT do 19 listopada
Cena 3195 PLN + VAT po 19 listopada

NIE, nie wezmę udziału w prezentowanych warsztatach, jednocześnie proszę o informowanie mnie o planowanych wydarzeniach organizowanych przez Business Media Solutions Sp. z o.o.

1. Imię i nazwisko: _____

Stanowisko: _____

Departament: _____

2. Imię i nazwisko: _____

Stanowisko: _____

Departament: _____

3. Firma: _____

Ulica: _____

Kod pocztowy: _____ Miasto: _____

Tel.: _____ Fax: _____

E-mail: _____

3. Dane nabywcy, potrzebne do wystawienia faktury VAT:

Nazwa firmy: _____

Siedziba: _____

Adres: _____

NIP: _____

5. Komu jeszcze zdaniem Pana/Pani możemy przestać informacje o tym wydarzeniu:

Imię i nazwisko: _____

Stanowisko: _____

Departament: _____

Tel.: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997r. Nr 133 poz. 833) Business Media Solutions Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej BMS), informuje, że jest administratorem danych osobowych. Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celach promocji i marketingu działalności prowadzonej przez BMS, świadczonych usług oraz proponowanych produktów, a także w celu promocji ofert klientów BMS. Wyrażającemu zgodę na przetwarzanie danych osobowych przysługuje prawo kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym także prawo ich poprawiania. równocześnie oświadczamy, że zapoznaliśmy się z warunkami uczestnictwa oraz zobowiązujemy się do zapłaty całości kwot wynikających z niniejszej umowy.

Business Media Solutions Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (00-695) ul. Nowogrodzka 50/515, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000348520, wysokość kapitału zakładowego: 5 000,00 zł.

Wyślij dziś na numer faksu

22 4125061

lub wyślij na adres e-mail:

zgloszenia@bmspolska.pl

Warunki uczestnictwa:

1. Koszt uczestnictwa jednej osoby w warsztatach wynosi cena 1995 PLN + VAT do 29 października
cena 2595 PLN + VAT do 19 listopada
cena 3195 PLN + VAT po 19 listopada
2. Cena obejmuje: prelekcje, materiały warsztatowe, przerwy kawowe, lunch
3. Przesłanie do Business Media Solutions faksem lub pocztą elektroniczną, wypełnionego i podpisanego formularza zgłoszeniowego stanowi zawarcie wiążącej umowy pomiędzy zgłaszającym a Business Media Solutions. Faktura pro forma jest standardowo wystawiana i wysyłana faksem po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego. Po zakończeniu warsztatów zostanie wystawiona faktura VAT. Zgłaszający wyraża zgodę na otrzymanie faktury VAT bez podpisu odbiorcy.
4. Osoba podpisująca formularz zgłoszeniowy w imieniu zgłaszającego oświadcza, iż posiada stosowne uprawnienie do działania w imieniu i na rzecz zgłaszającego, w szczególności do zwarcia umowy z Business Media Solutions.
5. W przypadku, gdy zgłaszający dokona rejestracji formularza przed 19 listopada 2010 r., jednakże nie dokona wpłaty przed terminem warsztatów, koszt uczestnictwa jednej osoby wynosi 3195 PLN + VAT.
6. Zgłaszający ma prawo do rezygnacji z udziału na warunkach określonych poniżej. Rezygnacji z udziału należy dokonać w formie pisemnej i przestać listem poleconym na adres Business Media Solutions.
7. W przypadku rezygnacji do dnia 12 listopada 2010 r. zgłaszający zapłaci opłatę manipulacyjną wysokości 500 PLN + 22% VAT.
8. W przypadku rezygnacji po 12 listopada 2010 r. zgłaszający obowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z zawartej pomiędzy zgłaszającym a Business Media Solutions.
9. W przypadku braku uczestnictwa w warsztatach oraz braku pisemnej rezygnacji z udziału w Kongresie, zgłaszający obowiązany jest uiścić pełną kwotę kosztów uczestnictwa w wysokości wynikającej z umowy.
10. Brak wpłaty nie stanowi rezygnacji z udziału w warsztatach. W miejsce osoby zgłoszonej do udziału w warsztatach może wziąć udział inna osoba wskazana przez zgłaszającego.
11. Zgłaszający wyraża zgodę na umieszczenie logo jego firmy na stronie organizatora w module „Nasi klienci”
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu, miejsca odbycia się warsztatów oraz do odwołania warsztatów.

Pieczętka i podpis

Business Media Solutions Sp. z o.o., ul. Nowogrodzka 50/515,
00-695 Warszawa, tel: +48 22 4125062, fax: +48 22 4125061
e-mail: info@bmspolska.pl, www.bmspolska.pl

