

#ZNANA MARKA *online*

ZESZYT ĆWICZEŃ

MODUŁ I - ZNANA MARKA

Ćwiczenie nr 1

Uzupełnij kolumny wpisując miejsca online, gdzie odbiorca ma kontakt z Twoją marką, z uwzględnieniem punktów styku. Zastanów się co możesz dodać, zmienić lub ulepszyć.

Punkty Styku - 5 FAZ

1. ZAINTERESOWANIE	2. POZNANIE	3. POLUBIENIE	4. ZAUFANIE	5. LOJALNOŚĆ

Ćwiczenie nr 2

Przeanalizuj, czy we wszystkich punktach styku stosujesz ten sam ton i wysyłasz ten sam komunikat? Czy Twoja marka jest spójna we wszystkich tych miejscach?

W których punktach styku możesz pozytywnie wyróżnić się konkurencji?
Zastanów się, jak możesz zrobić wrażenie na odbiorcach?

Które punkty styku są dla Twojej marki najbardziej wartościowe?
Jak możesz poprawić emocje które temu towarzyszą?
Co zrobić, aby klient w tych miejscach czuł się jeszcze lepiej?

Ćwiczenie nr 3

Wypisz CELE, które możesz zrealizować w poszczególnych fazach, aby Twoja marka stała się silniejsza i rozwijała się szybciej.

PUNKT STYKU	CEL
FAZA 1	
FAZA 2	
FAZA 3	
FAZA 4	
FAZA 5	

Ćwiczenie nr 4

Wybierz z poniższej listy przymiotników (lub dodaj własne), te które najlepiej oddają charakter i emocje Twojej marki. Jeżeli masz problem z tym ćwiczeniem - pomyśl o markach, które podziwiasz i którym jesteś lojalny.

MOJA MARKA JEST:

Analityczna
Artystyczna
Autentyczna
Autorytatywna
Odważna
Spokojna
Szczera
Ostrożna
Codzienna
Urocza
Szykowna
Kolorowa
Współczująca
Konserwatywna
Niebezpieczna
Śmiała
Zachwycająca

Elegancka
Energetyczna
Ekscytująca
Dynamiczna
Kobieca
Przyjazna
Zabawna
Prawdziwa
Humorystyczna
Nieformalna
Inspirująca
Intensywna
Uprzejma
Edukacyjna
Motywująca
Optymistyczna
Szczegółowa

Szczegółowa
Zaskakująca
Mądra
Potężna
Praktyczna
Szalona
Buntownicza
Królewska
Prosta
Sprytna
Wyrafinowana
Duchowa
Silna
Rozważna
Godna zaufania
Wyjątkowa
Inne....

Ćwiczenie nr 4 cd.

Jakie emocje chcesz, żeby wzbudzała w odbiorcach?

.....

.....

.....

Teraz wybierz 3 określenia i wypisz je poniżej:

-

-

-

Czy wiesz czym są zachwyceni w kontakcie z Twoją marką obecni klienci?

.....

.....

.....

Czy dotychczasowi klienci określają Twoją markę w ten sam sposób jak TY?

.....

.....

.....

Ćwiczenie nr 5

Jakie korzyści oferujesz klientom? Dlaczego są one dla nich ważne?
Jakie cele osiągną korzystając z produktów?

.....

.....

.....

Ćwiczenie nr 6

Stwórz swoje perfekcyjne BIO.
Stworzenie PERFEKCYJNEGO BIO SILNEJ MARKI jest bardzo proste!
Wystarczy wypełnić poniższe zdanie!

Moja / Nasza _____

(Przymiotnik: napisz jedno - dwa słowa opisujące Twój produkt lub usługę, czym się wyróżnia. Na przykład: elegancki, szybki, skuteczny, ekologiczny itp.)

(Twój produkt lub usługa: nazwa lub określenie. Na przykład: książka, usługa projektowania stron internetowych, suknie ślubne i na specjalne okazje, fotografia, świece, babeczki itp.)

(Korzyści: wyjaśnij, co klient osiągnie dzięki Twoim produktom lub usługom, w czym mu pomogą.)

dzięki temu _____

(Pokaż długoterminową korzyść: wyjaśnij w jaki sposób Twój produkt lub usługa zmieni życie klienta. Na przykład "będziesz żyć bez obaw", "już zawsze świętuj bez poczucia winy", "delektuj się" lub "chwytaj chwile z ...", "zadbasz o zdrowie", "wzmocnisz odporność" itp.)

Ćwiczenie nr 7

Kim jest Twój wymarzony klient? Dlaczego lubisz ten typ osób?
Wypełnij poniższe rubryki i stwórz personę (avatara), czyli wzór Twojego wymarzonego klienta. Jeżeli nie masz jeszcze doświadczenia z klientami, wyobraź sobie osobę, która mogłaby być Twoim klientem. Opisz ją.

PYTANIA	PERSONA
PŁEĆ	
GDZIE MIESZKA?	
W JAKIM JEST WIEKU?	
ZAWÓD	
W ZWIĄZKU CZY SINGIEL?	
CZY MA DZIECI? ILE?	
JAKIE MA NAJCZĘSTSZE PROBLEMY Z DZIEDZINĄ, W KTÓREJ SPECJALIZUJE SIĘ TWOJA MARKA?	
O CZYM MARZY? W OBSZARZE, W KTÓRY MOŻESZ MU POMÓC	
JAKIE MA ZAINTERESOWANIA?	
NA JAKICH PLATFORMACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH SPĘDZA NAJWIĘCEJ CZASU?	
JAKIE MA CELE/ PLANY NA KOLEJNY ROK?	
NA CZYM NAJBARDZIEJ ZALEŻY?	
JAKIE MA WĄTPLIWOŚCI?	

Ćwiczenie nr 8

Sprawdź i opisz swoją konkurencję.

MARKI (KONKURENCJA)	#1	#2	#3
Jakie korzyści oferuje / jak się pozycjonuje			
Czym się wyróżnia?			
Kolory/ styl /ton			
Wymarzony klient			

Czym wyróżnia się Twoja marka? Co unikalnego oferujesz?

.....

.....

.....

MODUŁ II - TREŚCI

Ćwiczenie nr 9

Twój PLAN treści, dzięki którym zamienisz odbiorcę w KLIENTA.

JAKI PROCES będą przedstawiać Twoje treści? Myśl o TRANSFORMACJI - czyli drodze jaką odbiorca musi przejść. Pomyśl o dwóch sytuacjach: Twój odbiorca PRZED poznaniem Twoich treści i PO.

ODBIORCA/ CZYTELNIK	PRZED	PO
Co powinien zrozumieć/ zrobić?		
Jak się czuje?		
O czym myśli?		

Ćwiczenie nr 9 cd.

Twój PLAN treści, dzięki którym zamienisz odbiorcę w KLIENTA.

NAZWA PRODUKTU	TREŚCI
POZIOM 1: JAKI PROBLEM ROZWIĄDUJE TWÓJ PRODUKT?	TREŚCI NA TYM POZIOMIE MAJĄ PRZYCIĄGNAĆ UWAGĘ. SKUP SIĘ W TYCH TREŚCIACH NA PROBLEMIE, KTÓRY ROZWIĄDUJESZ. - BLOG: - FACEBOOK: - INNE:
POZIOM 2: ODBIORCA JEST JUŻ ŚWIADOMY PROBLEMU.	TREŚCI NA TYM POZIOMIE TO BARDZIEJ SZCZEGÓŁOWE OMÓWIENIE ROZWIĄZAŃ JAKIE MOŻESZ ZAPROPONOWAĆ.
POZIOM 3: ODBIORCA MA JUŻ ŚWIADOMOŚĆ, ŻE TWÓJ PRODUKT MU POMÓŻE, ALE NADAL NIE PODJĄŁ DECYZJI.	PRZEDSTAWIASZ REKOMENDACJE I OPINIE INNYCH KLIENTÓW, MOŻESZ RÓWNIEŻ W POSTACH PODKREŚLAĆ TWOJE DOŚWIADCZENIE I OSIĄGNIĘCIA.
POZIOM 4: ODBIORCA JEST GOTOWY NA ZAKUP, ALE MA PYTANIA.	PRZYGOTUJ STRONĘ Z NAJCZĘŚCIEJ ZADAWANYMI PYTANIAMI.
POZIOM 5: ODBIORCA DOKONUJE ZAKUPU.	DOSTARCZAJ WARTOŚCIOWE TREŚCI

MODUŁ III - PLATFORMY SPOŁECZNOŚCIOWE

Ćwiczenie nr 10

Wyznaczaj cele - kontroluj efekty.

Poniżej przedstawiam Ci tabelę, w której możesz zapisywać swoje postępy oraz mierzyć i obserwować zmiany. Nazwałam ją "ADaM" - od słów Analiza Działań Marki, żeby łatwiej było ją zapamiętać. Ta tabela jest także dostępna online. Możesz ją pobrać [tutaj](#).

Źródło	Dane tygodniowe	Cele 1 m-c	Cele 3 m-c	Cele 12 m-c
FACEBOOK				
polubienia strony				
zasięg				
aktywność dotycząca postów				
liczba wyświetleń filmu				
średni czas oglądania filmu				
relacje				
INSTAGRAM				
liczba obserwujących				
wyświetlenia				
relacje - wyświetlenia				

Ćwiczenie nr 10 cd.

Źródło	Dane tygodniowe	Cele 1 m-c	Cele 3 m-c	Cele 12 m-c
NEWSLETTER				
liczba obserwujących				
wskaźnik otwarć				
wskaźnik kliknięć				
nowi subskrybenci				
REKLAMA				
CPC (koszt/kliknięcie)				
CPM (koszt 1000 wyświetleń)				
koszt konwersja				
wskaźnik trafności				
STRONA WWW				
odwiedzający				
źródła ruchu: FB i inne				
wskaźnik odrzuceń				
FINANSE				
nowa sprzedaż				
generowane przychody				
marża zysku brutto, czyli przychód				

Ćwiczenie nr 11

FACEBOOK - KONTO OSOBISTE.

Chcesz wesprzeć rozwój Twojego biznesu działaniami na profilu osobistym?

Zgodnie z lekcją nr 1 w Module 3, sprawdź zakładkę Ustawienia.

Zastanów się jakie treści będziesz publikować na koncie osobistym, pamiętając, że widzą je osoby które są Twoimi znajomymi lub obserwujące Twój profil.

-
-
-
-

Ćwiczenie nr 12

FACEBOOK - KONTO BIZNESOWE.

Jakie elementy musi zawierać perfekcyjny post?

Wypisz i zapamiętaj:

-
-
-
-
-
-

Ćwiczenie nr 13

INSTAGRAM.

Przygotuj swoje perfekcyjne BIO do konta na Instagramie.

Pochwal się w grupie “Uwierz w swoją markę online” na Facebooku!

Pamiętaj o:

- ciekawym przedstawieniu czym Twoja marka się zajmuje
- pokazaniu korzyści (czyli czym pomagasz)
- wstawieniu hashtagów, które ułatwią wyszukanie Twojego profilu
- oznaczeniu innego Twojego konta (jeśli posiadasz)
- umieszczeniu linku

Ćwiczenie nr 14

YOUTUBE.

Po założeniu kanału na YouTube, zastanów się nad:

- TAGAMI określającymi Twoją markę
- PLAYLISTĄ filmów, które będziesz umieszczać na YouTube

Ćwiczenie nr 15

LINKEDIN.

Pamiętaj o stworzeniu NAGŁÓWKA tak, jakby to była Twoja najlepsza wizytówka.

- Pochwal się w grupie “Uwierz w swoją markę online” na Facebooku
- Poszukaj osób, które warto abyś miał w swojej sieci kontaktów
- Dbaj o pozyskiwanie rekomendacji

MODUŁ IV - SKUTECZNA SPRZEDAŻ

Ćwiczenie nr 16

Czy istnieje wyraźna ścieżka dla każdej Twojej oferty?

.....

.....

Czy Twoje oferty mogą być łatwo znalezione przez Twojego idealnego klienta?

.....

.....

Czy masz przygotowanie treści do swoich ofert, aby budować zaangażowanie wokół swoich produktów?

.....

.....

Czy wspierasz swoje działania płatnymi kampaniami np. na Facebooku?

.....

.....

Czy aktywnie poszukujesz informacji zwrotnych od klientów?

.....

.....

Czy masz ustaloną procedurę pozyskiwania rekomendacji od klientów?

.....

.....

Chcesz dalej rozwijać swoje kompetencje?



Poznaj sprawdzony system krok po kroku, który działa dla wielu moich klientów i przynosi im codziennie dochód.

Zaczniesz tworzyć reklamy, które będą wyświetlały się odpowiednim osobom, czyli Twoim przyszłym klientom!

Zwiększy się efektywność Twoich reklam, RUCH na Twoich stronach docelowych wzrośnie, a jak wiesz większy RUCH zapewnia większą SPRZEDAŻ.

Kurs online

„Skuteczna reklama na Facebooku”

SZKOLENIE ONLINE omawia następujące obszary:

- ✓ Ustalenie Twojego planu gry.
- ✓ Narzędzia, które musisz poznać.
- ✓ Grupa docelowa – poznaj tajemnice skutecznego targetowania.
- ✓ Jak stworzyć perfekcyjną reklamę.
- ✓ Optymalizacja – czyli co powinieneś wiedzieć po opublikowaniu reklamy.
- ✓ Reklama to nie wszystko – zaplanuj ścieżkę klienta.
- ✓ Wyniki – Raporty.

Zapisy ↘

kursy.joannaceplin.pl