

IMAGINE

PREKĖS ŽENKLO KŪRIMO PRAKTINIAI MOKYMAI

Jūsų produktas/paslauga ir logotipas nėra prekės ženklas. Prekės ženklas yra jūsų bendrovės asmenybė, kuri nebūtinai siūlo unikalų produktą, bet pati yra unikali tuo, dėl ko egzistuoja, kodėl ir kaip kuria savo produktus ar paslaugas, kokiems žmonėms tai siūlo. Pažvelkite į save veidrodyje ir pasakykite - dėl kokios priežasties egzistuojate? Tą patį padarykite su organizacija – dėl kokios priežasties ji buvo įkurta? Jeigu nesuprantate savo prekės ženklo, nežinote kokią vertę jis kuria tikslinėms auditorijoms, to nesupras ir jūsų klientai. Jie nežinos kodėl turi rinktis jus, o ne konkurentus arba rinksis remdamiesi nebūtinai tais kriterijais, kuriais jūs norėtumėte. Šiandien aktualiau kurti ne prekės ženklo komunikacijos sprendimus, o valdyti strateginį identitetą, kuris pasireiškia prekės ženklo patirtimi vartotojams ir darbuotojams.

Šiuose mokymuose turėsite galimybę pažinti visus prekės ženklo strateginio identiteto kūrimo etapus. Praktinių užduočių dėka mokysitės tiksliai suformuluoti užduotis kūrybinei komandai ir komunikacijos bei dizaino agentūroms, sužinosite apie socialinių medijų komunikacijos strategijas ir įrankius, suprasite kaip strategiją realizuoti vaizdu ir turiniu socialinėje medijoje.

Praktiniai mokymai skirti specialistams ir vadovams, kurie atsakingi :

- Už rinkodarą arba atskirus rinkodaros projektus;
- Už organizacijos komunikaciją;
- Už prekės ženklų kūrimą ir vystymą;
- Už klientų prekės ženklų rinkodaros ar komunikacijos kampanijas.

Taip pat:

- Turintiems verslo idėją arba jau pradėjai kurti prekės ženklą produktui, paslaugai;
- Norintiems sužinoti, kaip sukurti arba išgryninti jau esamo prekės ženklo identitetą;
- Norintiems sužinoti kaip sukurti prekės ženklo naratyvą (šūkį) ir pozicionavimo strategiją;
- Norintiems sužinoti, ko reikalauti iš partnerių, kūrybos agentūrų ir kaip juos nukreipti tinkama linkme;
- Norintiems išmokti strategiją paversti vizualiniu identitetu;
- Norintiems sukurti vizualinio turinio strategiją socialinėms medijoms.

OPTIMALUS DALYVIŲ SKAIČIUS : iki 20 dalyvių

TRUKMĖ : 8 akademinės valandos

PREKĖS ŽENKLO STRATEGIJA

PIRMA MOKYMŲ DALIS

TEMOS :

- Kodėl reikalinga prekės ženklo strategija ir kaip ją kurti;
- Kaip suformuoti produkto/paslaugos grynąją vertę (kaip pirkėjas suvokia produkto funkcinę vertę, naudas ir kainos santykį);
- Kaip kuriamas prekės ženklo identitetas ir strateginis naratyvas (šūkis, pažadas);
- Kaip sukurti prekės ženklo pozicionavimą.

PO ŠIŲ MOKYMŲ GEBĖSITE :

- Suformuoti savo prekės ženklų grynąsias vertes (funkcines ir emocines);
- Išgryninti aiškesnę jau esamų ženklų identitetą;
- Sukurti prekės ženklo pozicionavimą ir šūkj.

PREKĖS ŽENKLO VIZUALINIS IDENTITETAS - KAIP STRATEGIJĄ PAVERSTI VAIZDU?

ANTRA MOKYMŲ DALIS

TEMOS :

- Prekės ženklas ir jo kūrimo procesas.
- Vizualiniai prekės ženklo sąlyčio taškai su vartotoju.
- Vizualinis prekės ženklo identitetas, stilius - prekės ženklo logotipas, spalvinė paletė, šriftai, iliustracijos, nuotraukos, ikonos, vartotojo paskyra, video ir adaptacijos skirtingose platformose.
- Užduoties formulavimas kūrybinei komandai ir kūrybinio proceso vadyba.
- Vizualinė komunikacija socialiniuose tinkluose - tendencijos, atvejų analizė ir įrankiai.

PO ŠIŲ MOKYMŲ GEBĖSITE :

- Vadovauti kūrybiniam prekės ženklo kūrimo procesui;
- Suformuluoti užduotį kūrybinei komandai.
- Kurti socialinių medijų vizualinio turinio strategiją.

MOKYMŲ METU NAUDOJAMI METODAI:

Lektorių sukurtos metodikos ir įrankiai, skirti išgryninti prekės ženklo identitetą bei sukurti pozicionavimą, darbas su kliento prekės ženklo ar paslaugos vizualiniu identitetu, kliento rinkos pavyzdžių analizė.

LEKTORĖS



INDRĖ BALTUŠĖ

INDRE@IMAGINE.LT
+37060548367

Indrė Baltušė 14 metų dirba kaip rinkodaros ir komunikacijos konsultantė. Yra Ženklo daros ir darbdavio įvaizdžio agentūrų bendrasavininkė, konsultuojanti klientus prekės ženklų identiteto, pozicionavimo, "brand experience" klausimais. Darbą pradėjusi nuo tarptautinio tinklo integruotų komunikacijos projektų Baltijos šalyse valdymo, penkerius metus buvo vienos iš komunikacijos agentūrų partnere, atsakinga už strateginio organizacijų ir prekių ženklų identiteto, integruotos komunikacijos, įvedimo į rinką strategijas ir jų komunikaciją. Indrė turi 10-ties metų mokymų patirtį privačiame ir akademiniam sektoriuose. Sukūrė "Lietuvos žurnalistikos centro" (VU) rinkodaros ir viešųjų ryšių programą, skirtą komunikacijos ir rinkodaros specialistų kvalifikacijos kėlimui ir toliau dėsto prekės ženklo valdymo ir rinkodaros kursus praktikams. Kaip lektorė ir programų autorė yra dirbusi įvairiuose universitetuose (VU, MRU, Vilniaus kolegija). Konsultavo tokius klientus kaip Birštono mineraliniai vandenys, Volfas Engelman, Kempinski, ICOR, Northway, Suslavičius-Felix, Vilniaus degtinė, Roche, Caffeinne Roasters ir kt.



AISTĖ JAKIMAVIČIŪTĖ - BIKAUSKĖ

AISTE@IMAGINE.LT
+37062943481

Aistė Jakimavičiūtė - Bikauskė šiuo metu yra ženklo daros agentūros "Imagine" kūrybos vadovė ir vizualinio identiteto kūrimo bei vystymo konsultantė. Dizaino ji mokėsi Lietuvoje ir Suomijoje, įgijo edukologijos magistro laipsnį, domisi kūrybiškumo tyrimais, tikslingu kūrybinio proceso organizavimu ir valdymu. Dalyvauja švietimo projektuose, kurių pagrindinis tikslas - ugdyti vaikų vizualinį suvokimą mokyklose. Turi 4 metų mokymo patirtį, kaip lektorė yra dirbusi Vilniaus Dizaino kolegijoje, Digital Academy, Lietuvos Žurnalistikos centre. Taip pat Aistė - konferencijos apie vizualinę kultūrą "Penketai", per penkerius metus subūrusią per 20 000 bendraminčių, idėjos autorė ir ilgametė organizatorė. Per aštuonerius metus yra dirbusi su įvairiais prekių ženklais: WePower, Birštono mineraliniai vandenys, Maxima, Alna, Swedbank ir kt.