



Mòdul 2. Pla de màrqueting

Experta Helena Batlle

Continguts

Sessió 1 (13 de març) : Comencem pel principi

Presentació i declaració d'intencions. L'objectiu és trencar el gel i ens coneixem una mica mes.

Us explico qui soc i d'on vinc i com vaig acabar sent emprenedora (espero que us agradin els culebrons). Us explico que farem i com ho farem. Després us tocarà a vosaltres explicar-me qui sou i que voleu.

Taller 1: Comencem amb el pla de màrqueting: Foto del moment. L'objectiu és saber bàsicament on estem.

Expliquem que són els entorns VUCA i BANI i fem una petita anàlisi de com estem a nivell socioeconòmic en general i en l'àmbit de projecte amb general.

Taller 2: Pla de màrqueting: Identitat de marca. L'objectiu és "batejar" el nostre projecte i donar-li personalitat.

Trenquem una mica el ritme i ens posem creatius: tens marca, tens nom, tens logo, tens llibre d'estil? Sinó saps de que parlo ho expliquem i comencem a posar fil a l'agulla. Si ja ho tens fet revisem i veiem punts de millora.

Taller 3: Pla de màrqueting. L'objectiu és posar la primera pedra dels nostres objectius.

Un Smart és un tipus de cotxe però també una manera de tenir clar que volem i que no volem en el nostre projecte. Explicaré que és un objectiu SMART i creareu els vostres.

Sessió 2 (27 de març): Com ho farem? Seguim amb el pla de màrqueting

Taller 1: El públic objectiu, el públic ideal i el target. L'objectiu és saber qui és el públic objectiu del nostre projecte i tenir eines per a una bona comunicació.

Qui ens comprarà? *Y como és él? En que lugar se enamoró de tu Servicio/Producto/Idea?* No hi ha pressupost per portar al Jose Luis Perales, però tindrem una hora per veure com funciona el concepte de *buyer* persona que haureu d'anar treballant.

Taller 2: Estratègia. L'objectiu és saber que les estratègies són líquides i que hem d'implantar, analitzar i corregir sempre.

Ja tenim els objectius. Ja tenim la informació, molta informació... Ara toca analitzar-la i pensar com i perquè farem les coses. Us explicaré com enfocar-se, muntar KPI i com prendre decisions segons els resultats. Implementar accions, mesurar resultats, corregir i continuar.

Sessió 3 (17 d'abril) : Canals de difusió i xarxes socials

Taller 1: Pla d'accions off i online. L'objectiu és que sàpigues quines accions online i offline poden ser les més adequades per donar visibilitat al teu projecte.

Un cop tenim el pla de màrqueting ja podem crear el pla d'accions online i off line. Aquí començarem a muntar el propi, el calendaritzarem i opinarem sobre el del veí.

Taller 2: Xarxes socials. L'objectiu és que surtis sabent quines xarxes socials necessites i com les has de gestionar.

Molts dels participants potser ja tenen xarxes socials perquè el projecte ja està en els seus inicis. D'altres, no sabreu ni per on començar. Necessito obrir totes les xarxes del món mundial? Què publico? Són dues de moltes de les preguntes que us plantejareu.

Sessió 4 (8 de maig): Organització i digitalització

Taller 1: Gestió del temps de màrqueting. L'objectiu és que surtis d'aquesta sessió valorant el teu temps i sabent que necessites.

Molta gent es queixa de que el màrqueting és un lladre de temps. Si ens organitzem bé i automatitzem no tindria perquè ser-ho. Aquí t'explico com gestionar el teu temps de màrqueting i et donaré eines de planificació i calendarització.

Taller 2: Eines de digitalització. L'objectiu és que coneguis les eines que hi ha per digitalitzar i surtis amb el teu checklist de quines et podrien ajudar a automatitzar processos, controlar fluxos de producció i en definitiva tenir controlat el teu projecte.

Com puc automatitzar feines mecàniques? Què puc fer per contestar més ràpid els meus clients? Com puc controlar en quin punt del meu projecte estic? En primer taller hem parlat de temps, d'ordre i de rutines. En aquest t'ensenyo amb quines eines podries fer que la teva vida d'emprenedor fos "més vida".