

K O

G

Žiniasklaidos planavimo pagrindai

Praktinis seminaras

K O
G

Seminaro paskirtis

Seminaras skiriamas rinkodaros ir rinkodaros komunikacijos specialistams, kurių darbas susijęs su reklaminių kampanijų planavimu ir įgyvendinimu masinės ir skaitmeninės žiniasklaidos priemonėse. Šis seminaras:

žiniasklaidos planavimo agentūrų projektų vadovams suteiks naujų ir papildomų kompetencijų, padedančių profesionaliau valdyti, planuoti ir įgyvendinti klientų reklamines kampanijas, argumentuotai parinkti žiniasklaidos kanalų strategiją, taktiką ir efektyvumo matavimo priemones;

įmonių rinkodaros ar komunikacijos vadybininkams ir produktų vadovams suteiks būtinų kompetencijų, padedančių užtikrinti sklandesnę ir efektyvesnę prekės ženklų reklaminių kampanijų įgyvendinimą, ypač kai tokiam įgyvendinimui pasitelkiama žiniasklaidos planavimo agentūra;

viešojo sektoriaus organizacijų ryšių su visuomene specialistams suteiks kompetencijų, padedančių geriau formuluoti viešinimo kampanijų užduotis, vertinti viešinimo paslaugų tiekėjų pasiūlymus bei efektyviau matuoti įgyvendintų viešinimo kampanijų rezultatus.

Seminaro metu didžiausias dėmesys bus skiriamas praktiniams reklaminių kampanijų planavimo ir įgyvendinimo masinės žiniasklaidos priemonėse aspektams.

Seminaro programa

1 TEMA. ŽINIASKLAIDOS PLANAVIMO STRATEGIJA

1.1. Žiniasklaidos planavimo terminai

GRP, TRP, TGI, (efektyvus) pasiekiamumas, (efektyvus) dažnis, sąveika, konversija, CPP, RTB ir kt.

1.2. Žiniasklaidos planavimo tikslai

Tikslų formulavimas, jų santykis su rinkodaros tikslais, vartotojų pirkimo sprendimų priėmimas, rinkos segmentavimas ir tikslinės grupės, požiūriai į reklamos veikimą.

1.3. Žiniasklaidos planavimo procesas

Proceso dalyviai ir jų atsakomybė, žiniasklaidos planavimo etapai.

2 TEMA. ŽINIASKLAIDOS CHARAKTERISTIKOS

2.1. Žiniasklaidos auditorijos tyrimai

TV, spaudos, radijo ir interneto auditorijos tyrimai, jų paskirtis, tiriama rodikliai, metodologija, ribotumai.

2.2. Žiniasklaida Lietuvoje: nuosavybė ir rūšys

Pagrindinės žiniasklaidos verslo grupės ir žiniasklaidos priemonės.

2.3. Žiniasklaidos Lietuvoje auditorija ir jos atsakas į reklamą

Žiniasklaidos auditorijos kiekybiniai rodikliai, žiniasklaidos vartojimo motyvai ir ypatybės, tendencijos.

3 TEMA. REKLAMINIŲ KAMPANIJŲ PLANAVIMAS IR EFEKTYVUMAS

3.1. TV, radijo, spaudos, lauko ir vidaus reklamos kampanijų planavimas

Kanalų rūšys ir savybės, planavimo indikatoriai, planavimo technologijos, laiko ir ploto pirkimas, pasiekiamumo ir dažnio optimizavimas, požiūriai į efektyvų dažnį ir jo nustatymą.

3.2. Skaitmeninės žiniasklaidos kampanijų planavimas

Reklamos demonstravimas (*display*), e-komercija (*performance*), socialinė žiniasklaida, laiko ir ploto pirkimas, pagrindinių planavimo indikatorių optimizavimas

3.3. Reklaminių kampanijų žiniasklaidoje efektyvumas ir jo matavimas

SOV ir SOM priklausomybė, reklaminio laiko ir ploto pirkimo efektyvumas, „minkštieji“ efektyvumo indikatoriai: žinomumas, reklamos prisiminimas, patikimas, išitraukimas

Seminaro lektoriai



Domantas Gailius,

sociologas, 15 metų patirtį turintis rinkodaros komunikacijos strategas ir praktikas, nuolatinis konferencijų „Password“, „Best Internet“, „Delfi“ verslo sesijų pranešėjas, „Password“ efektyviausių rinkodaros kampanijų rinkimų komisijos narys ir diskusijų moderatorius. Veda žiniasklaidos planavimo ir skaitmeninės rinkodaros paskaitas „The Atomic Garden“ reklamos mokykloje bei Vilniaus universitete.



Marius Kalanta,

socialinių mokslų daktaras, sociologas. Moksliniai interesai apima vartotojų elgsenos psichologinius, socialinius ir kultūrinius veiksnius bei rinkodaros komunikacijos veikimo modelius. Turi 14 metų projektų valdymo ir strateginio planavimo patirtį rinkodaros komunikacijos srityje.

Seminaro apimtis, kaina, laikas ir vieta

SEMINARO APIMTIS

3 pusdieniai po 4 valandas (vienai temai skiriamas vienas 4 val. trukmės užsiėmimas, visa seminaro apimtis 12 valandų).

KAINA

Viso seminaro kaina vienam dalyviui 400 € (be PVM). Galima pasirinkti tik vieną arba dvi temas atskirai; vienos temos kaina vienam dalyviui 150 € (be PVM). Dalyvių skaičius grupėje ne daugiau 15.

KADA IR KUR?

Seminaras vyks Vilniuje su dalyviais iš anksto suderintu laiku ir vietoje. Jei dalyvių grupė pageidauja, seminaras taip pat gali vykti kitame mieste.

DAUGIAU INFORMACIJOS IR REGISTRACIJA

Marius Kalanta
KOG rinkodaros ir komunikacijos mokslų institutas
Paupio 16, 11341 Vilnius
Tel. 8 616 46369
El. paštas:
marius.kalanta@koginstitutas.lt
www.koginstitutas.lt

K
O G