

Zobacz, jak pracowaliśmy z **empik**

**Warsztaty
Content Marketingowe**
z wykorzystaniem Design Sprint



100% online całodniowe warsztaty, z wykorzystaniem metodyki procesu Design Thinking, których celem było stworzenie strategii content marketingowej dla marki EMPIK, lidera sprzedaży wielokanałowej w Polsce.

■ Etapy pracy

1.

Desk Research dla marki EMPIK wykonany przez ekspertów Bluerank.

2.

Wywiady indywidualne z Personami (klientami) EMPIK. Badanie potrzeb.

3.

Wybór Insightów, które pozwalają generować trafione pomysły.

4.

Archetyp Marki – nowe spojrzenie na komunikację. Który Archetyp wzmocnić?

5.

Generowanie rozwiązań, pomysłów na działania i akcje content marketing i PR.

6.

Wartościowy wsad do strategii content marketingowej.

Warsztaty – 1 dzień – 6 godzin efektywnej pracy



GRUPA 1



■ Rekomendacje

„Super! Zarówno ja, jak i zespół uważamy, że było to bardzo wartościowe spotkanie. **Mamy poczucie, że w tego typu warsztatach powinniśmy brać udział częściej.**

Największa korzyść płynąca ze spotkania to wewnętrzna wymiana myśli, na którą zazwyczaj brak czasu podczas codziennej „bieżączki” oraz poznanie opinii zewnętrznych ekspertów, czyli Bluerank, którzy oceniali nasz sposób komunikacji”.



Łukasz Walczuk
Seo & Content Marketing Manager, EMPIK S.A.



JAK PRACUJEMY?

WYWIADY INDYWIDUALNE. Przed warsztatami przeprowadziliśmy wywiady indywidualne z klientami EMPIK i wybraliśmy 12 ważnych insightów w 4 obszarach.

ARCHETYPY MARKI. Określiliśmy wiodący Archetyp marki EMPIK. Ale też skupiliśmy się na dyskusji i ocenie, które Archetypy wzmacniać, z których czerpać i dlaczego?

GENEROWANIE ROZWIĄZAŃ – Pracowaliśmy technikami kreatywnymi wykorzystywanymi w procesie Design Thinking – w sposób empatyczny tworzyliśmy pomysły i rozwiązania, które będą trafiać w serca i gusta klientów.

EFEKTY

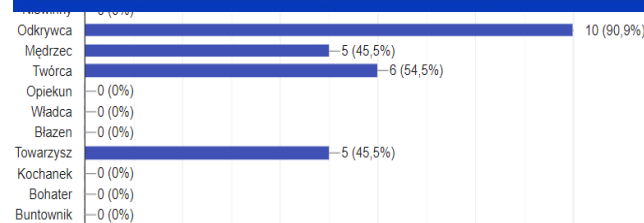
Insighty to konkretne potrzeby Klientów, także wynikające z nowych nawyków np. w czasach COVID. To z ich uwzględnieniem generowaliśmy podczas warsztatów pomysły, projektowaliśmy konkretne rozwiązania dla Klientów.

Przeprowadziliśmy wstępny audyt obecnej komunikacji, ale też określiliśmy kierunek, w którym należy zmierzać. EMPIK będzie wzmacniał w komunikacji Archetyp Czarodzieja, chce pokazać więcej Buntownika. To wprowadza komunikację na nowe tory.

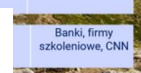
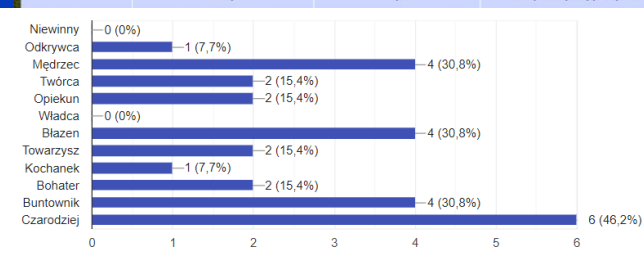
Wypracowaliśmy ok. 30 rozwiązań, pomysłów działań w obszarze PR i komunikacji. Dwa wiodące pomysły dopracowaliśmy, określając szczegółowo cel, grupę docelową, kanały komunikacji i key messages.



ARCHETYP	CHARAKTER	ZNACZENIE	CEL MARKI	PRZYKŁAD
CZARODZIEJ	Mądry, tajemniczy, utalentowany.	Motywacja, Zachwyt, Oczarowanie.	Przekucie marzeń w rzeczywistość.	Red Bull



ARCHETYP	CHARAKTER	ZNACZENIE	CEL MARKI	PRZYKŁAD
ODKRYWCA	Niezależny, odkrywający, śmiały, wolny.	Wyzwanie, poznanie, pokazanie innym.	Oferować bardziej świadome i satysfakcjonujące życie.	North Face



JAK PRACUJEMY?

INTEGRACJA I KOMUNIKACJA.

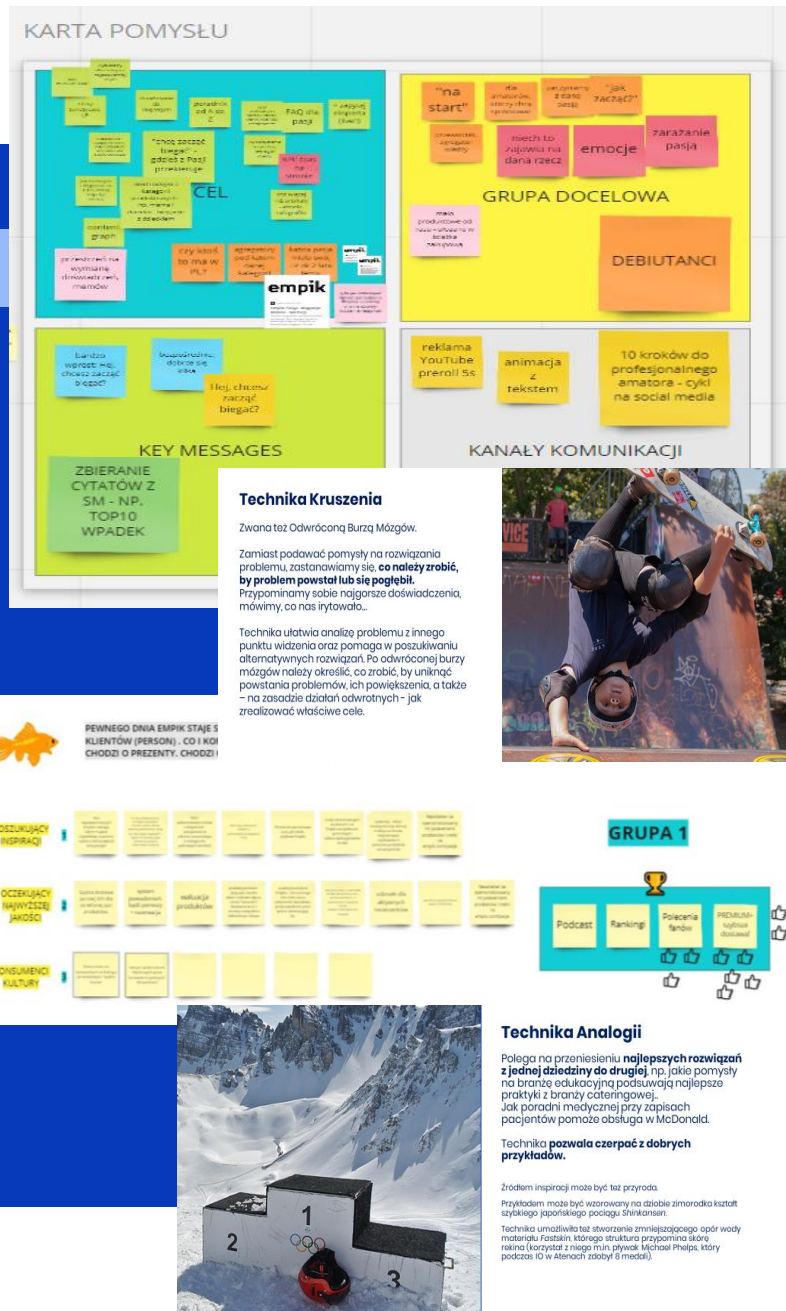
Pracowaliśmy międzydziałowo, a ekspertów z kilku działów EMPIK wspierali specjaliści Bluerank.

FINAŁ PRAC. Efektem warsztatów było zebranie cennego wsadu, który pozwolił na sprawniejsze powstanie strategii content marketingowej – obszernego dokumentu, który zawiera konkretne pomysły (rozpisane na działania i pożądane efekty) dla marki EMPIK.

EFEKTY

Bardzo istotnym efektem warsztatów jest możliwość wspólnej pracy kilku zespołów – tak było w przypadku warsztatów dla marki EMPIK. Poznanie opinii, wzajemnych oczekiwań, dyskusja o wizji marki – na warsztatach robimy to, na co na co dzień nie ma czasu, a jest bardzo ważne!

Na wszystkich etapach warsztatów – generując pomysły i rozwiązania – dbaliśmy o zbieranie feedbacku od Partnera. Patrzyliśmy szeroko na komunikację i nadanie jej nowej idei, a pomysły są spójne z wypracowanym kierunkiem. Eksperci Bluerank proponują i doradzają, ale też słuchają Partnera.





Korzyści dla marki EMPIK

Zbudowanie strategii content marketingowej,
w duchu współpracy międzydziałowej i z empatycznym
uwzględnieniem potrzeb klientów marki.

Korzyści indywidualne dla Uczestników warsztatów

Pracujemy metodą Design Thinking, korzystając
z technik i narzędzi procesu. Chętnie dzielimy się nimi
z Uczestnikami, by mogli je stosować w swojej
dalszej pracy.

Zapraszamy!

Skontaktuj się z nami.



Magdalena Euejda
Digital Strategy Manager
m.euejda@bluerank.pl



Joanna Blewaska
Digital Strategy Specialist
j.blewaska@bluerank.pl

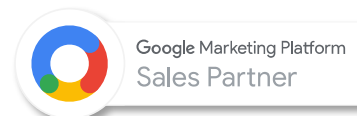
Bluerank Sp. z o.o.

al. Piłsudskiego 87 (Imagine B)

92-332 Łódź

tel. 42 632 33 21

www.bluerank.pl



Nota prawna:

Informacje zawarte w tej prezentacji mają charakter poufny i są przeznaczone do wglądu jedynie dla adresata dokumentu. Dystrybucja, kopiowanie i powielanie danych w jakiegokolwiek postaci są możliwe tylko i wyłącznie po uzyskaniu pisemnej zgody ze strony Bluerank Sp. z o.o. Wszelkie znaki handlowe firm trzecich zostały użyte wyłącznie w celach informacyjnych.