

## **Tworzenie strategii marketingowej dla wybranej grupy odbiorców**

### *Ćwiczenie*

**Czas trwania:** Zależne od tempa pracy uczestnika

#### **Cele ćwiczenia:**

- Zrozumienie współczesnych grup odbiorców w kontekście marketingu internetowego.
- Wykorzystanie wiedzy o grupach odbiorców do tworzenia spersonalizowanej strategii marketingowej.
- Rozwinięcie umiejętności kreatywnego myślenia i dostosowywania działań do specyficznych preferencji grupy odbiorców.

#### **Przebieg ćwiczenia:**

##### **1. Zapoznanie się z tematem:**

- a. Obejrzyj i przeczytaj dostarczone wcześniej materiały lub zbadaj samodzielnie wybraną grupę odbiorców, na przykład Pokolenie Z.
- b. Zanotuj ważne punkty, które pomogą Ci w tworzeniu strategii marketingowej.

##### **2. Analiza grupy odbiorców :**

- a. Przeanalizuj zebrane informacje i zastanów się, jakie są główne preferencje, potrzeby i wartości tej grupy odbiorców.
- b. Zidentyfikuj kluczowe czynniki, które wpływają na ich wybory zakupowe i decyzje konsumenckie.

c. Zastanów się, jakie kanały komunikacji są najbardziej odpowiednie do dotarcia do tej grupy odbiorców.

### **3. Tworzenie strategii marketingowej:**

- a. Na podstawie zebranych informacji, rozpocznij proces tworzenia spersonalizowanej strategii marketingowej dla wybranej grupy odbiorców.
- b. Określ cele marketingowe, które chcesz osiągnąć przy targetowaniu tej grupy odbiorców.
- c. Wybierz odpowiednie kanały komunikacji i sposoby dotarcia do tej grupy odbiorców.
- d. Zastanów się nad rodzajem treści i przekazu, które są atrakcyjne dla tej grupy odbiorców.
- e. Rozważ strategię angażowania i budowania relacji z tą grupą odbiorców.

### **4. Refleksja i ocena:**

- a. Przeanalizuj stworzoną strategię marketingową i oceniaj jej odpowiedniość w kontekście preferencji i potrzeb wybranej grupy odbiorców.
- b. Zastanów się nad potencjalnymi korzyściami i wyzwaniem związanymi z proponowaną strategią.