



Ćwiczenie: Pokaż uczniom jak stworzyć komunikację marki.

Zadanie: Podstawą dobrze zaprojektowanej komunikacji marki, jest znajomość grupy docelowej. Zachęć uczniów do tego, żeby wskazali możliwych klientów wybranej przez siebie firmy, a następnie uzupełnili Mapę Empatii w celu lepszego rozpoznania potrzeb grupy docelowej.

praca w grupach, uzupełnianie Mapy Empatii, prezentacja zadania

Przed zajęciami: wydrukuj szablon Mapy Empatii (jeśli zajęcia odbywają się stacjonarnie) lub udostępni uczniom szablon (jeśli zajęcia odbywają się online).

Przebieg zadania:

1. Uczniowie zapoznają się z informacjami, które dotyczą person w marketingu (dlaczego określenie grupy docelowej ma znacznie, skąd można czerpać wiedzę o klientach, jakie są podstawowe elementy, które powinny określać personę).
2. Uczniowie poznają narzędzie jakim jest Mapa Empatii (szablon do wydrukowania w załączniku).
3. Uczniowie zostają podzieleni na 3-5 osobowe grupy. Każda grupa wybiera firmę i zastanawia się nad tym, kto może być jej grupą docelową. W przypadku większości firm, możemy zazwyczaj wskazać kilka różnych grup odbiorców (najczęściej najważniejsze 3-4). Po wskazaniu możliwych grup docelowych, uczniowie wybierają jedną, którą wezmą na tapet podczas uzupełniania Mapy Empatii.
4. Uczniowie krok po kroku wypełniają Mapę Empatii, odpowiadając na pytania dotyczące grupy docelowej. Jeśli odpowiedź na jakikolwiek z podpunktów jest w tym momencie trudna, uczniowie mogą wskazać źródła, które mogą okazać się przydatne do pozyskania danych informacji.
5. Uczniowie powinni wskazać osobę lub osoby, która po zakończeniu ćwiczenia zaprezentuje jego wyniki i opowie o opracowywanej personie (kim jest, jaki jest jej cel, co musi zrobić, żeby zrealizować swój cel, jakie są jej problemy i bolączki oraz jakie są jej nadzieje). Ważne, żeby w opisie osoby uwzględnić kontekst marki i tego jaki cel można osiągnąć dzięki produktom/usługom danej firmy.

