



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Materiał opracowany przez Dolnośląski Ośrodek Doradztwa Rolniczego z siedzibą we Wrocławiu.

INNOWACJA? KOMUNIKACJA!

Kłątwa wiedzy. Bylejakość. Perfekcjonizm. Na co cierpisz?
Co jest powodem tego, że za słabo komunikujesz o tym, co robisz i na czym się znasz?

Podstawowe sposoby na promocję dla Ciebie.



1

OKREŚL SWOJEGO KLIENTA I SIEBIE

Przeanalizuj, czego potrzebuje Twój klient, kim jest, jakie może mieć obiekcje. Co mu obiecujesz? Co mu oferujesz? Co on będzie z tego miał? Dlaczego ma wybrać Ciebie?

2

BĄDŹ AKTYWNY

Bądź widoczny i aktywny na wydarzeniach. Zastanów się, jak być tam, gdzie Cię nie ma - wchodź w efektywne współpracy. Kreuj i promuj własne wydarzenia. Buduj relacje ze swoimi odbiorcami.

Wybierz jeden kanał i dopóki komunikacja na nim nie będzie dopieszczona, nie rozpoczynaj jej w innym miejscu. Np. nie zajmuj się Facebookiem i Instagramem jednocześnie, jeśli nie masz czasu na obie platformy.

3

TWÓRZ TREŚCI

Jesteś nadawcą treści na swój temat. To one budują wizerunek Twojej marki. Bądź tam, gdzie są Twoi odbiorcy - autentyczny, systematyczny, wzbudzający emocje. Wykorzystuj media społecznościowe.

6

TWOJA STRATEGIA

- określ swoją ofertę
- dostosuj język komunikacji do klienta
- ustal, kto będzie się tym zajmował
- twórz materiały tekstowe i wizualne
- ustal harmonogram publikacji
- regularnie dostarczaj treści
- zainteresuj sobą lokalne media
- szukaj okazji do promocji
- twórz własne okazje do promocji
- bądź stałym nadawcą, dziel się tym, na czym się znasz
- ucz się nowych narzędzi marketingowych
- nie zrażaj się
- planuj
- bądź sobą

4

ZBIERAJ OPINIE

Opinie i rekomendacje to społeczne dowody słuszności. Ludzie im ufają i kierują nimi przy wyborze marki, produktu. Proś o opinie. Podziękuj za każdą. Pokaż obiorcom, że Ci zależy.

5

KOMUNIKUJ ONLINE

Dopasuj swoją komunikację do kanałów, które wykorzystujesz. Instagram to nie Facebook. Nie działaj na skrót. Naucz się ich, by lepiej wykorzystać ich potencjał. Bądź systematyczny. Planuj tyle, ile możesz. Szanuj swoich odbiorców.



Marketing to nie walka na wyroby.
To walka na PERCEPCJĘ.
- Ries & Trout