

Tytuł sesji: W stronę komunikacji otwartej – o klientach, botach, emocjach i innych niebezpiecznych rzeczach.

Sesja zgromadziła słuchaczy nie tylko związanych zawodowo z marketingiem. Mniej więcej połowa osób na sali przyznała się, że na co dzień pracuje w działach realizujących działania marketingowe. To jednak działania marketingowe realizowane w centrach nauki były przedmiotem naszych rozważań.

Miarą dobrego marketingu jest efektywność podejmowanych działań. Skuteczności na pewno sprzyja dobra komunikacja, czyli taka, która powiązana jest z kwestią uzgadniania znaczeń elementów komunikatu, uwzględniająca szeroki kontekst i kompetentnie rozpoznająca partnera komunikacyjnej wymiany. Wrażliwa na człowieka, odważnie eksplorująca nowe technologie, umiejętnie wyznaczająca cel i elastycznie reagująca na zmiany – krótko mówiąc – komunikacja otwarta. Właśnie od tych zagadnień poruszonych w wykładzie p. dr Ewy Biłtas, rozpoczęła się nasza sesja.

Gdy już ustaliliśmy, kiedy komunikacja jest skuteczna, p. Michał Leszczyński przedstawił trendy rozwojowe komunikacji marketingowej z wykorzystaniem kanałów e-marketingowych. Zwrócił uwagę na zmianę trendów w komunikacji on-line, w których obserwujemy zmniejszanie się roli wyszukiwania informacji w Internecie z tych pisanych na rzecz komunikacji głosowej, co wpływa również na treść (content). Poruszyliśmy też temat łączenia kanałów komunikacji i personalizacji ofert na podstawie śledzenia ruchu klientów na stronach.

Z narzędziami pozwalającymi budować wartościową bazę klientów oraz zwiększającymi dotarcie do nich i ich zaangażowanie, zapoznał słuchaczy trzeci z naszych gości p. Irek Klimczak. W swojej prezentacji pt. „Narzędzia do budowy własnej nieruchomości w Internecie” przedstawił sposoby na tworzenie własnych mediów i skuteczniejsze dotarcie do klientów, pomimo ograniczania przez media społecznościowe zasięgów organicznych na rzecz płatnych.

Sesję zakończył Marcin Centkowski, który podzielił się swoim bogatym doświadczeniem, dotyczącym skutecznej komunikacji z mediami. Zwrócił uwagę na zawartość komunikatów i niezbędnych informacji, kierowanych do zróżnicowanych mediów.

Opracowała Małgorzata Stanasiuk-Mordalska