

NAPREDUJTE KROZ
LIBRISOVE KRATKE I
KREATIVNE OBRAZOVNE
PROGRAME!



koriste čak četiri do pet izvora informiranja koji im pomažu u njihovom kupovnom procesu. Sam proces kupovine od početne stimulacije i informiranja do same kupnje i iskustva nakon toga ne prestano se mijenja. Kupci-potrošači su sve racionalniji, sve češće se pitaju koji su im proizvod ili usluge stvarno potrebni, te koje će dodatnu vrijednost od toga dobiti, naravno koliko su za to spremni platiti.

Kako komunicirati s okruženjem?

Zahvaljujući modernim tehnologijama, posebno ICT tehnologijama, internet ponuda je postala transparentna i globalna, a konkurenti nisu samo na lokalno-regionalnoj razini, već je konkurenčija postala globalna. Kada više od tri četvrtine kupaca-potrošača koristi internet kako bi pronašli proizvod-uslugu, postavlja se pitanje kako se tvrtka mora postaviti, kada si mogu i moraju pomoći u sve kompleksnijem tržišnom okruženju, gdje društvene mreže preuzimaju kormilo uspjeha, postići dobre poslovne rezultate. Dakle, postavlja se pitanje KAKO naučiti živjeti sretno u svijetu društvenih mreža; KAKO živjeti u uvjetima SMM; KAKO komunicirati s okruženjem? Jer **komunikacija je temelj** svakog odnosa pa tako i odnosa tvrtka-kupac, potrošač.

Kupci-potrošači su postali dosta razmaženi, pa pod normalno očekuju da informacije o proizvodu budu prilagođene njima, relevantne i planirane u pravo vrijeme, baš kako i kada to njima odgovara. Vole individualno rješavanje svojih problema i potreba, te očekuju brzu uslugu, kvalitetu i vrijednost koju brand komunicira u svojim marketing aktivnostima.

Da bi tvrtka postigla uspješnu komunikaciju, a komunikacija je temelj svakog odnosa s kupcem, putem društvenih mreža mora preskočiti nekoliko prepreka, postavljajući opravданo pitanje: što društvene mreže znače za tvrtku i njezine robne marke; kako društvene mreže mogu utjecati na komunikaciju, poslovanje, prodaju i vrijednost tvrtke? Nakon analize ovih pitanja te razgovora o željenim ciljevima po svim područjima, važno je da tvrtka omogući strukturu i radni proces koji omogućava povezivanje svih funkcija u svrhu komuniciranja na društvenim mrežama i da se osiguravaju adekvatni resursi: ljudski: ima li tvrtka resurs za *community management*; proračunski i sadržajni. U suštini, **tvrtka se mora u pravilu pridržavati jednog od tri temeljna pristupa društvenim mrežama** (kako navodi K. Dominić, Ping-Pong dvo-smjerne komunikacije):

Tvrta može učiniti ništa, tj. ono što većina tvrtki radi u vezi društvenih mreža - jednostavno se prave da ne postoje ili da nisu relevantne za tvrtku.

Tvrta može angažirati PR agenciju i ona će zagovarati tvrtkine stavove s namjerom da osigura tvrtki više svijetla u turbulentno tržišnom okruženju.

Tvrta može stupiti u otvorenu komunikaciju na društvenim mrežama - koristeći *socijal media* agenciju ili putem internog tima, a javnost to percipira kao otvorenu dvosmjernu komunikaciju.

Društvene mreže mijenjaju, ili su već promijenile, ili značajno narušile stare poslovne modele, no istovremeno su stvorile i stvaraju brojne nove modele-prilike. Promjena je posebno očita u „tradicionalnim“ medijima, a isto tako značajno se mijenja i digitalni marketing. Snažno širenje društvenih mreža u proteklih nekoliko godina gotovo je potpuno promjenilo digitalni marketing.

Isticanje tvrtkinog logotipa

BRZO UČENJE STRANIH JEZIKA

Praktično znanje stranih jezika danas je potrebno svakome bez iznimke. Ubrzani ritam življena i poslovanja često nam ne dopušta ulaganje vremena u dugotrajne tečajeve klasičnog tipa, stoga je Librisov tim osmislio **intenzivne dvotjedne tečajeve** - u svega deset radnih dana po tri školska sata na dan. Tijekom ukupno trideset školskih sati modernim metodama poučavanja, pomoći tehniku asocijacija i mentalnih mapa, polaznici mogu usvojiti do 350 novih riječi i više osnovnih ili naprednih gramatičkih kategorija. Vrijednost ove metode učenja je ogromna, jer polaznici nakon završenog tečaja usvojene tehnikе učenja mogu nastaviti koristiti samostalno.

Tečajevi (engleskog, njemačkog, talijanskog, ruskog i drugih jezika) odvijaju se u sesijama jednom mjesечно po cijeni od 1200 kn + PDV.

Aktivirajte Vaše potencijale i steknite suverenost u komunikaciji na stranom jeziku!

ORGANIZACIJA DOGAĐANJA

Poslovnom sektoru po izboru nudimo organizaciju i provedbu inovativnih prezentacija ili radionica iz više tematskih područja kojima se na zanimljiv način mogu upotpuniti događanja kao što su konferencije, seminari, poslovne proslave i domjenci. Polaznici dobivaju priliku upoznati se sa sadržajima koji uobičajeno nisu vezani uz njihovu struku ili svakodnevni posao, već uz neku sasvim novu kulturnu, umjetničku, gastronomsku ili neku drugu djelatnost ili pak više njih zajedno. Osnovni cilj ovih radionica je stjecanje dodatnih znanja te oslobađanje i jačanje kreativnih potencijala polaznika. Sekundarni cilj je dodatno marketinško i promotivno predstavljanje organizatora. Odlučite se za neko od naših događanja kao što su npr. **Hortikultura i poslovanje, Svijet tonova u svijetu poslovanja, Retorika u poslovanju, Glazba i osiguranje, Glazba i gastronomija, Umjetnost i vino** i još mnoge druge teme.

Organizirajte Vaše evenete drugačije! Budite i Vi ponosni (pre)nositelji kulture i kreativnosti!

VJEŠTINE MENADŽMENTA

Librisove radionice lakih vještina menadžmenta održavaju se na hrvatskom ili engleskom jeziku. Upravljanje vremenom, upravljanje ljudskim potencijalima, upravljanje timom, prezentacijske vještine, komunikacijske vještine, upravljanje promjenama, osobni stil i marketing i mnoge druge teme – možete pohađati kao radionice u trajanju od dva sata ili kao cjelodnevne programe.

Učite u Librisu - steknite menadžerske vještine na hrvatskom ili engleskom jeziku!

Povoljne cijene programa i prilagodljivi termini izvedbe.

Svi Librisovi programi mogu se odvijati na hrvatskom ili nekom od stranih jezika.

Pratite Librisove programe na www.libris.hr

Za sve upite i prijave info@libris.hr

PROMO