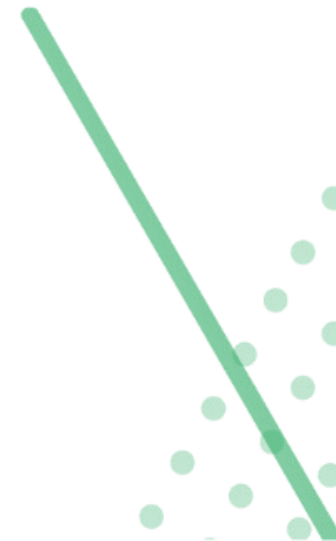


Strategia komunikacji

Kongres inicjatyw Europy Wschodniej Lublin



prelegentka



Miriam Małgorzata Szypielewicz

Account Manager

MOXIE agencja kreatywna

- absolwentka zarządzania na specjalności zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa
- absolwentka filozofii na specjalności życie publiczne
- zawodowo skupiona na marketingu w branży HoReCa
- prywatnie pasjonatka teatru i dobrego jedzenia



Strategia komunikacji marki

klient

kategoria

marka



Analiza

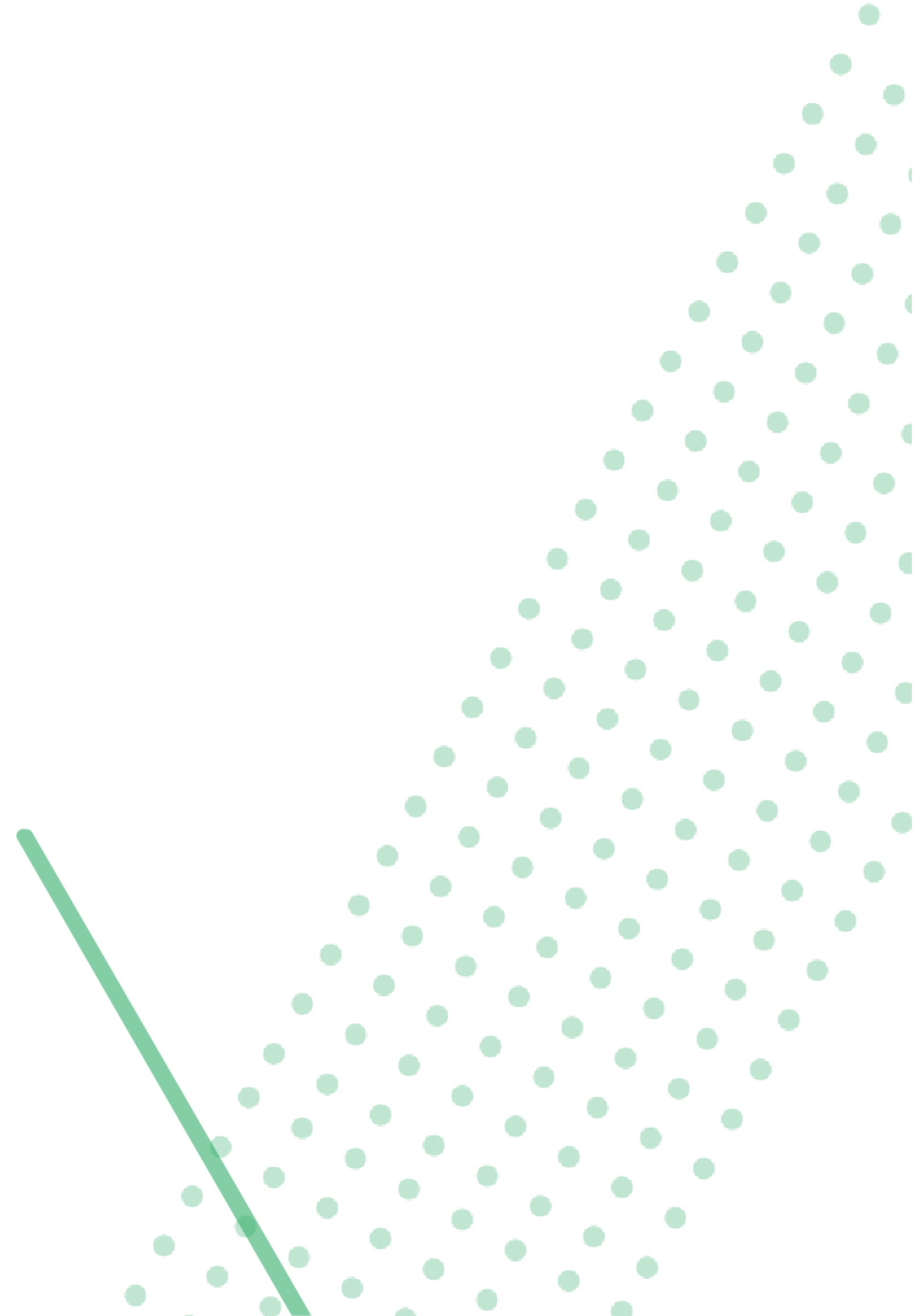


Analiza

A decorative graphic consisting of several horizontal red lines of varying lengths, some with small gaps, arranged in a stylized manner below the title.

- Analiza SWOT
- Sytuacja na rynku

Kategoria



Kategoria – produkt

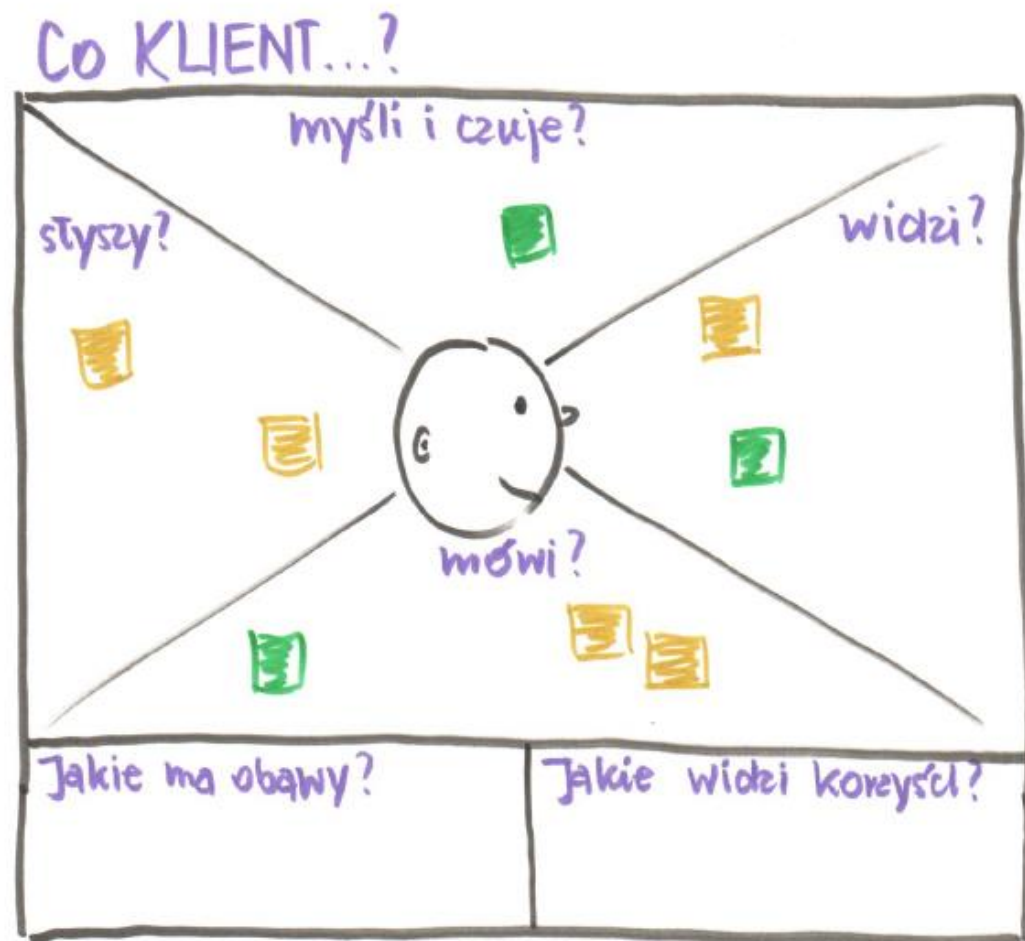
A decorative graphic consisting of several horizontal red lines of varying lengths, some with small gaps, positioned below the title.

- Kim są gracze na rynki?
- Jakie trendy nim rządzą?
- Jak się odróżnić?
- Paczka korzyści

Klient



Klient



WIDZI - co widzi dookoła siebie i na rynku?

MÓWI – co mówi i jak się zachowuje?

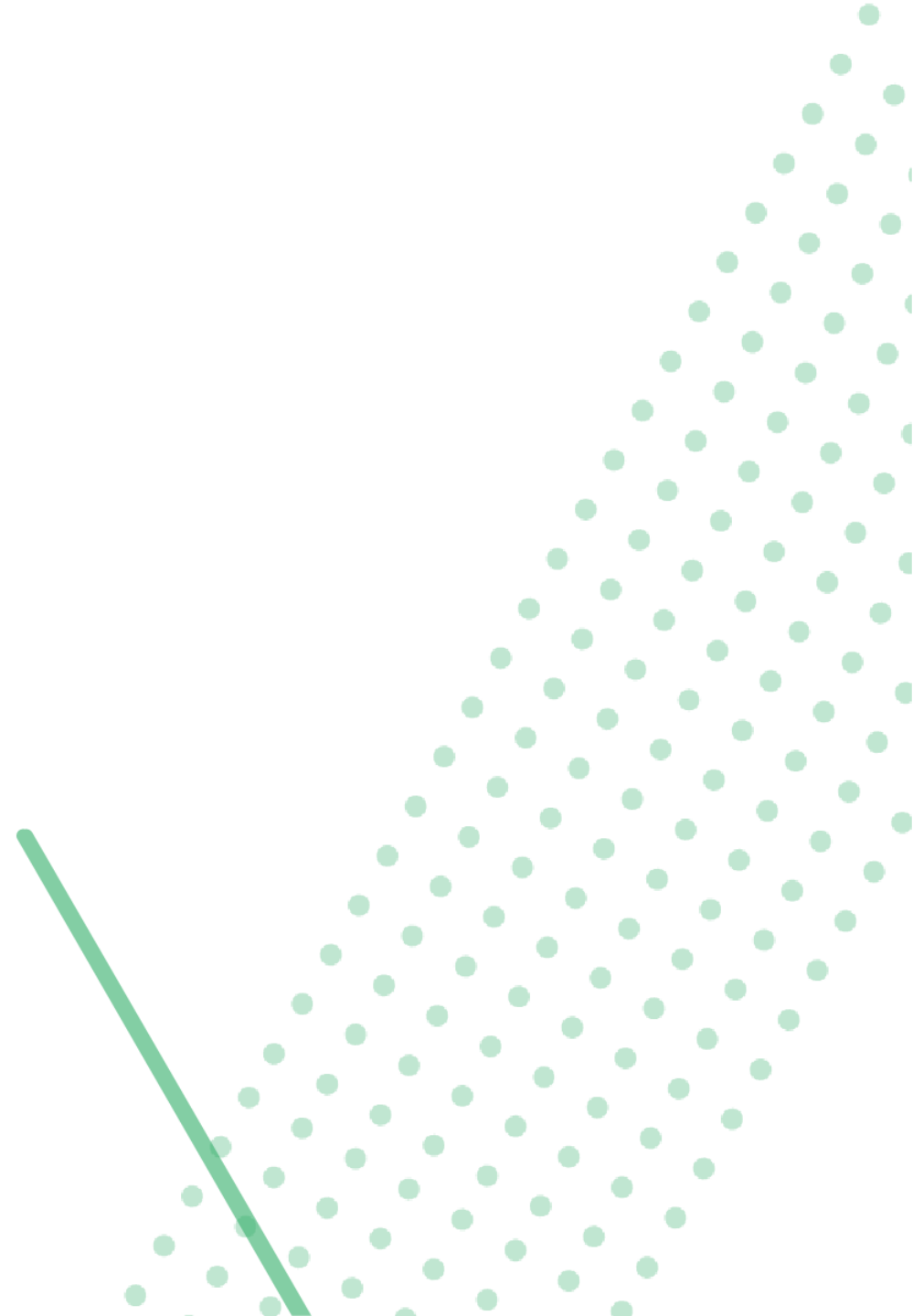
SŁYSZY – co mówią przyjaciele, rodzina, znajomi?

MYŚLI I CZUJE – co dokładnie czuje i myśli? Jakie ma przekonania?

OBAWY (pains) – frustracje i problemy, przed którymi staje?

ASPIRACJE (gains) – na czym mu zależy, co jest miernikiem sukcesu?

Marka



Osobowość marki



- Personifikacja marki
- Co oferuje?
- Na jakie potrzeby odpowiada?
- Dokąd zmierza?
- Jakich dostarcza emocji?

Pozycjonowanie



Pozycjonowanie strategiczne



- Weryfikacja pozycjonowania
- Ocena pozycjonowania
- Zarządzanie pozycjonowaniem

Dobra strategia marki

- Klient jest zawsze w centrum- wracamy do niego na każdym etapie
- Krótka – to musi być użyteczne narzędzie
- Nie ogranicza się do działu marketingu, jest znana każdej osobie w firmie
- Odświeżana minimum raz na 2 lata

Case Study



TU MIĘSZKA
MUZYKA



Jak promować hotel wśród millenialsów

- Cztery miesiące = 11 milionów ludzi
- 300 zgłoszeń do konkursu
- 60 000 oddanych głosów (osoby przeważnie poniżej 30 roku życia)
- Blisko 150 publikacji w radio, prasie i Internecie
- Zasięg media: 7,3 miliona, media społecznościowe: 2,7 miliona
- Wydany na rynku specjalny album z piosenkami zwycięzców
- Koncert finałowy: 650 000 odsłon w ciągu 2 tygodniu
- Ruch organiczny 786 postów, ponad 82% publikacji w mediach społecznościowych.



ZBIERAMY NA CYCKI NOWE FRYZURY I DRAGI

Oddaj **1%** na przejście przez raka.

Wspieraj chodzącą międzynarodową grupę na rzecz walki z rakiem. 1% - procent dla kubańskich chłopców, procent na pomoc dla ludzi, którym pomaga na życie, a także dla pomocy dla naszych informacji na temat nowotworów i rehabilitacji po nich. Fundacja Rak'n'Roll. Wsparcie życia i zdrowia chorych na raka profilaktycznym i skutecznym. Skieruj tuż teraz, że Twój 1% przyniesie na światową walkę z rakiem.

Wspieraj 1% na przejście przez raka. 1% - procent dla kubańskich chłopców, procent na pomoc dla ludzi, którym pomaga na życie, a także dla pomocy dla naszych informacji na temat nowotworów i rehabilitacji po nich. Fundacja Rak'n'Roll. Wsparcie życia i zdrowia chorych na raka profilaktycznym i skutecznym. Skieruj tuż teraz, że Twój 1% przyniesie na światową walkę z rakiem.

Wzrost na stronie www.raknroll.pl lub w punkcie sprzedaży. Wzrost chłopców dzięki naszemu wsparciu. Fundacja Rak'n'Roll. Wsparcie życia i zdrowia chorych na raka profilaktycznym i skutecznym. Skieruj tuż teraz, że Twój 1% przyniesie na światową walkę z rakiem.

Fundacja Rak'n'Roll. Wsparcie życia i zdrowia chorych na raka profilaktycznym i skutecznym. Skieruj tuż teraz, że Twój 1% przyniesie na światową walkę z rakiem.



NIE MA RAK'N'ROLLA BEZ PROCENTÓW

DO SZCZĘŚCIA POTRZEBUJEMY PROCENTÓW, ALE INNYCH
NIŻ MYŚLISZ. PRZEKAŻ 1% PODATKU NA PRZEJŚCIE
PRZEZ RAKA. PRZELEJ NA ZDROWIE **KRS 0000 338 803**

PIWO
BEZALKOHOŁOWE



WWW.RAKNROLL.PL

DAJ WŁOS!

Wiele dziewczyn po chemioterapii potrzebuje peruki. Jeśli chcesz ścieć włosy, pomyśl, czy nie dać ich na perukę. Uprzedź o tym fryzjera.



Zbieramy na cycki, nowe fryzury i dragi



- 150 publikacji na temat kampanii w mediach, w prasie, radiu, telewizji i internecie
- 1000 nowych fanów na profilu facebookowym w jeden dzień
- Uzbieranie kwoty = 248 000 zł

przyjemność

CZEKAMY
NA CIEBIE
Z WYPIEKAMI





Przyjemność



- 9 miesięcy =
- 6 782 Fanów na Facebooku
- 3 363 IG
- Zawsze pełno!

Zagrajmy!

Personifikacja marki



Impreza marki

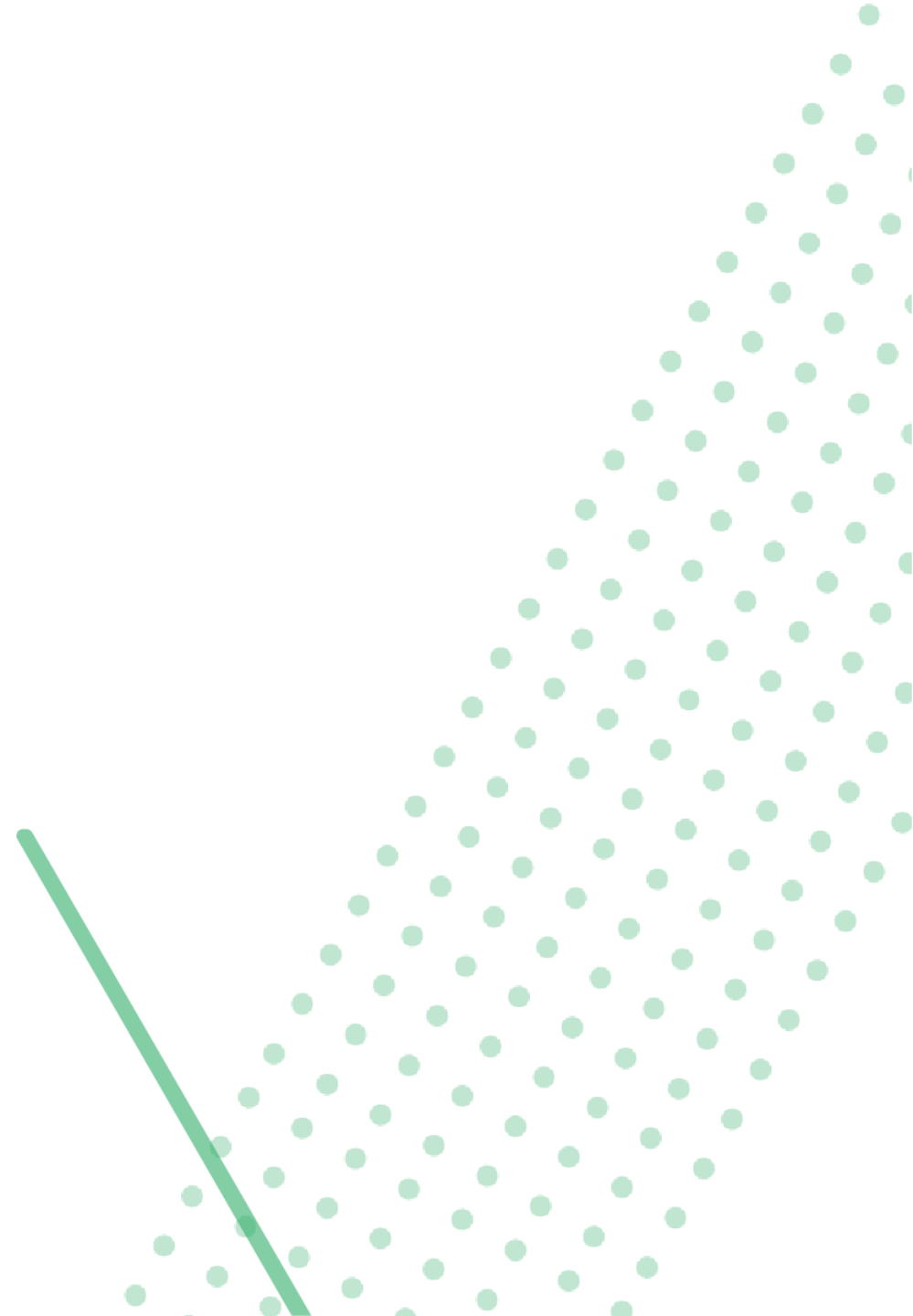


Organizujemy imprezę, na której pojawia się Twoja marka

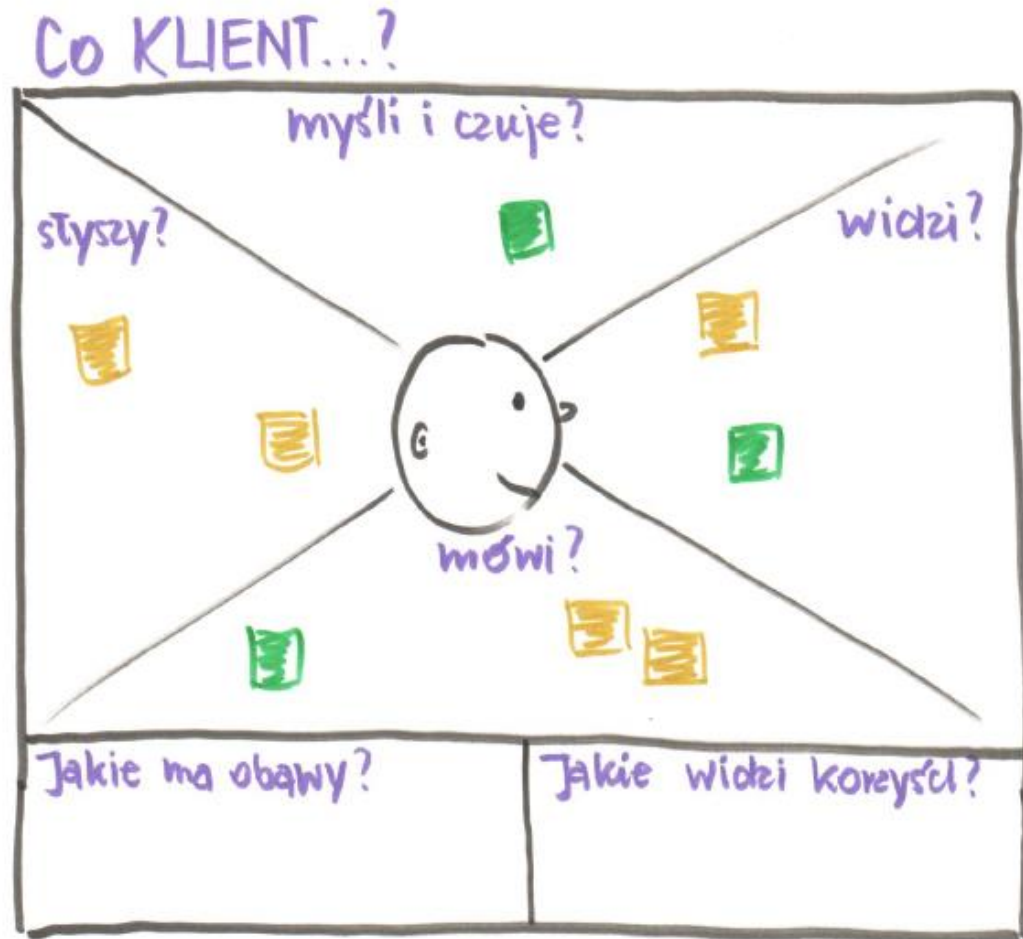
Zadanie:

- Opiszcie zachowania i role marki na przyjęciu
- Czym przyjechała?
- Co pije i je?
- Jak jest ubrana i co ma przy sobie?
- Co robi i z kim?
- Kiedy się pojawia?
- Co to za impreza?
- Jakiej słucha muzyki?

Klient



Klient



WIDZI - co widzi dookoła siebie i na rynku?

MÓWI – co mówi i jak się zachowuje?

SŁYSZY – co mówią przyjaciele, rodzina, znajomi?

MYŚLI I CZUJE – co dokładnie czuje i myśli? Jakie ma przekonania?

OBAWY (pains) – frustracje i problemy, przed którymi staje?

ASPIRACJE (gains) – na czym mu zależy, co jest miernikiem sukcesu?

Dziękuję