

Ze strategią łatwiej do celu!



” *Produkty powstają w fabryce,
ale marki powstają w umyśle.*

Walter Landor

Wyzwania współczesnego biznesu



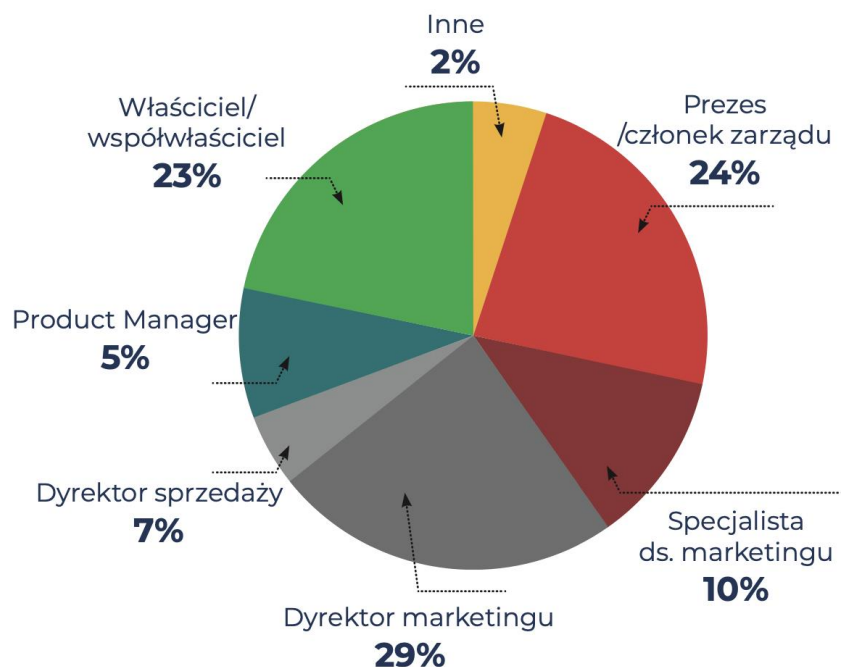
- ✓ Za największe wyzwanie w firmie respondenci uznali **zbyt niski budżet marketingowy** – twierdzi tak ponad jedna czwarta badanych.
- ✓ Ponad jedna piąta wskazała **niedobór pracowników oraz niższą sprzedaż**.
- ✓ Co piąty respondent zwrócił uwagę na **nieefektywne reklamy, które przekładają się na znacznie zwiększone koszty dotarcia do potencjalnych klientów**.

Wpływ strategii marketingowej na biznes

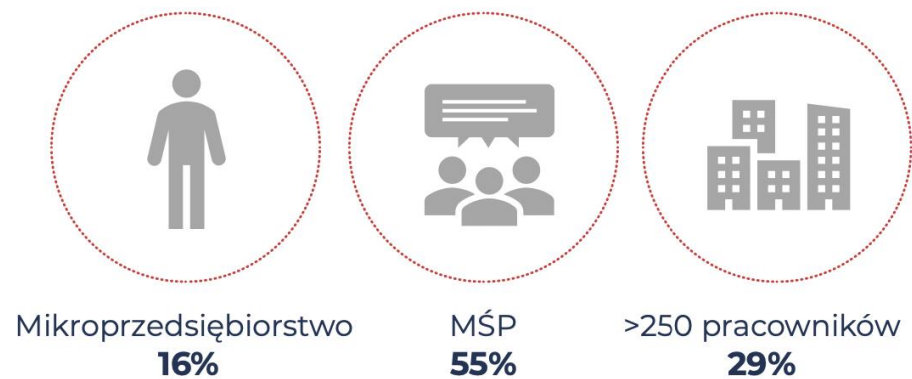


Wpływ strategii marketingowej na biznes

Zajmowane stanowisko



Rodzaj i wielkość firmy



Metoda badawcza: CAWI, N=157



Badanie wspierające: IDI, N=15

Czy jest strategia marketingowa



Strategia marketingowa oznacza zespół jasno określonych działań i zasad postępowania, które przedsiębiorstwo musi spełnić, aby efektywnie prowadzić swoją działalność i osiągnąć maksymalizację zysku. Jej formułowanie to proces decyzyjny polegający na wytyczeniu najistotniejszych problemów oraz określeniu sposobów ich rozwiązań.

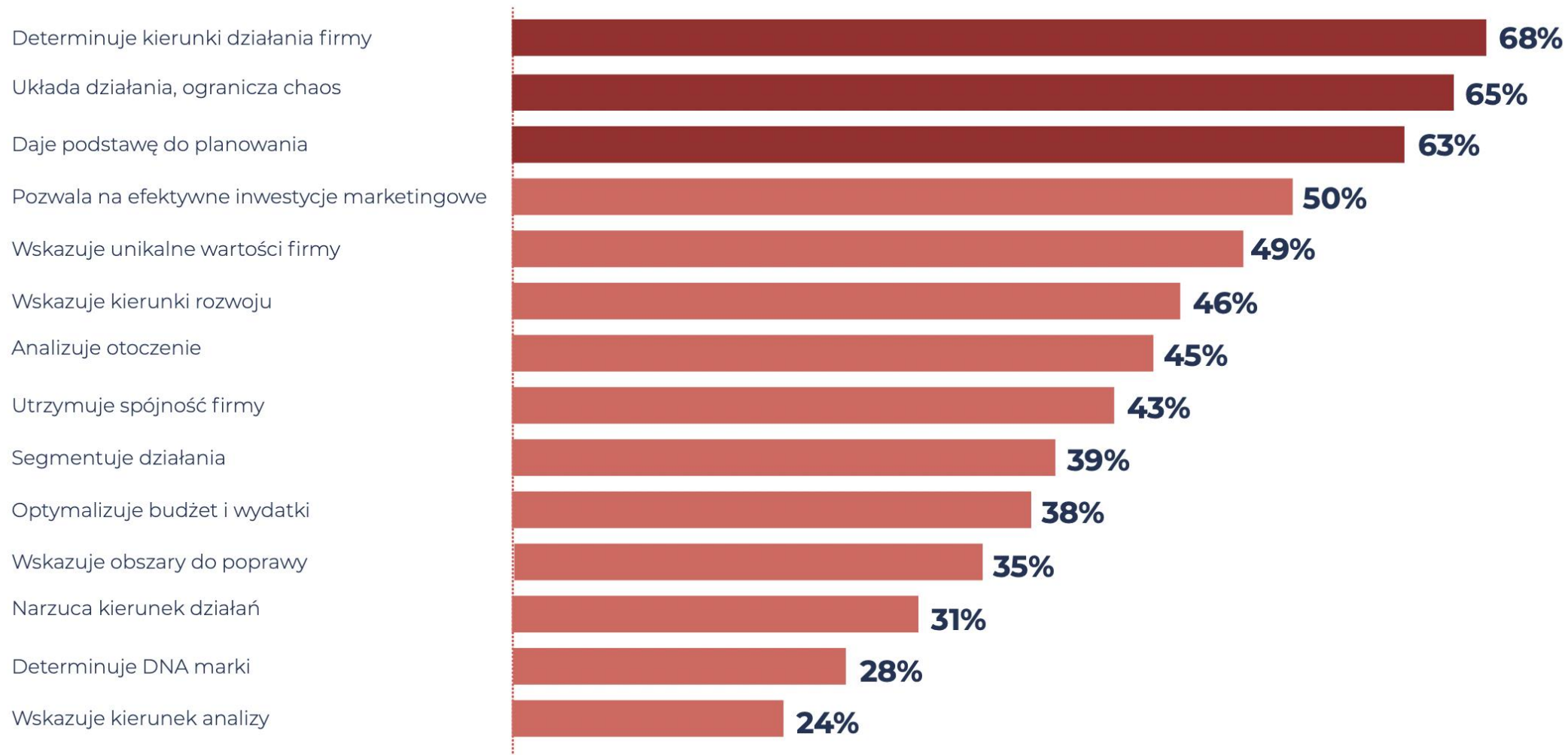
...a w praktyce

- ✓ Wyznacza kierunku do działania
- ✓ Wskazuje w jakim kierunku firma powinna zmierzać
- ✓ Nadaje charakter marce
- ✓ Pozycjonuje markę wśród konkurentów
- ✓ Pozwala na zależenie przewag konkurencyjnych
- ✓ Ustala reguły gry
- ✓ Definiuje jak chcemy pozycjonować się w percepcji konsumenta!

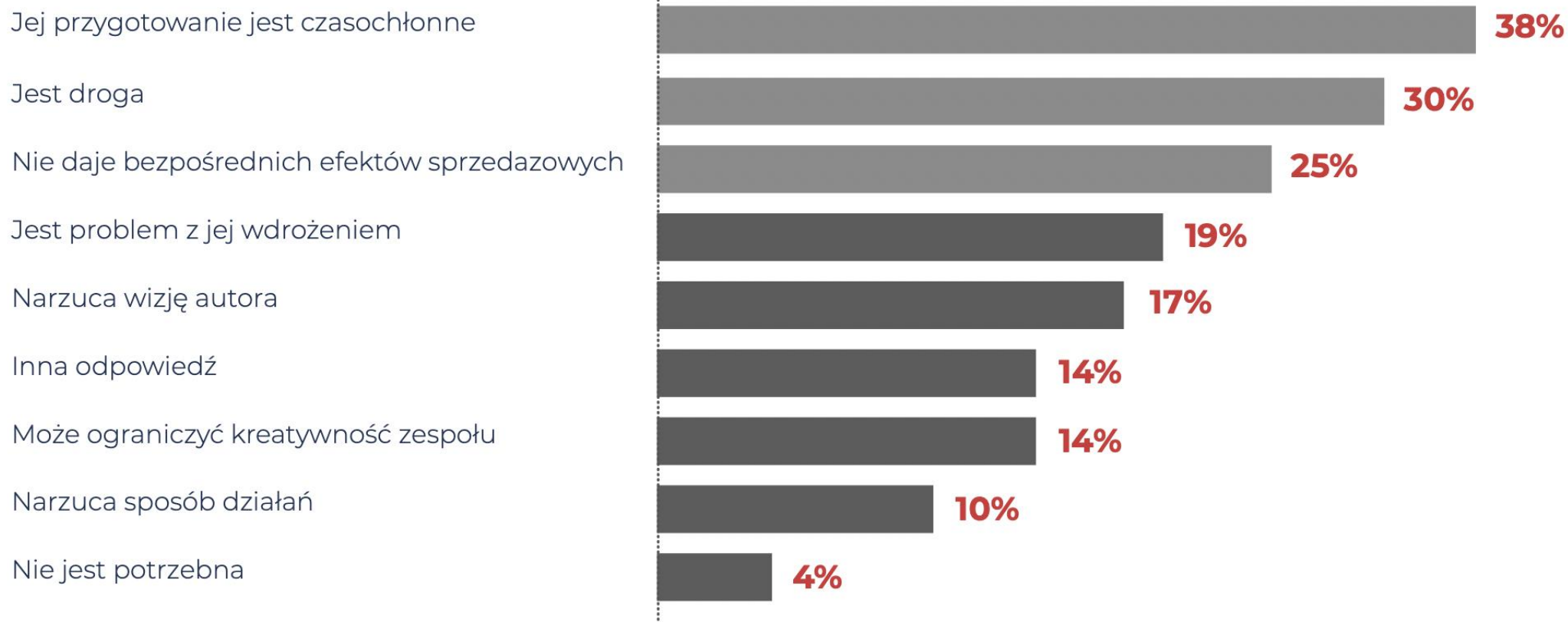


Aż 50% respondentów **błędnie określa**, że strategia marketingowa jest planem marketingowym. Z tego też powodu można wnioskować, że **pojęcie strategii marketingowej rozumiane jest błędnie**.

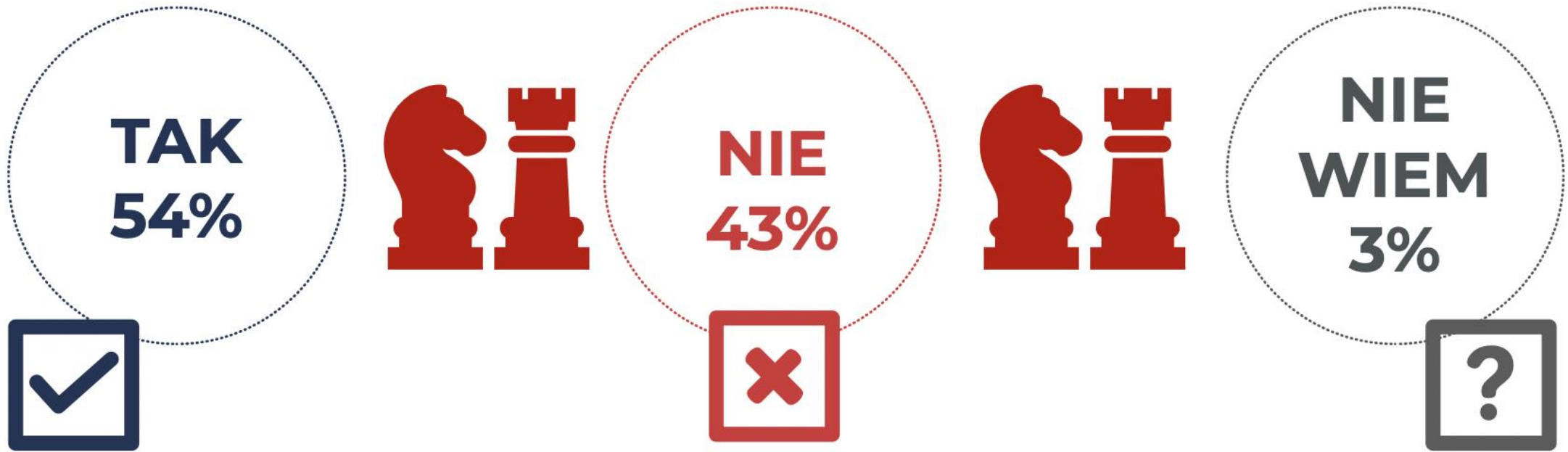
Korzyści i wady posiadania strategii



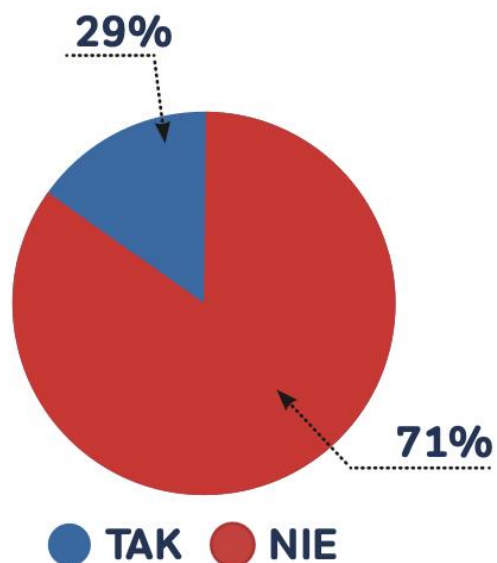
Korzyści i wady posiadania strategii



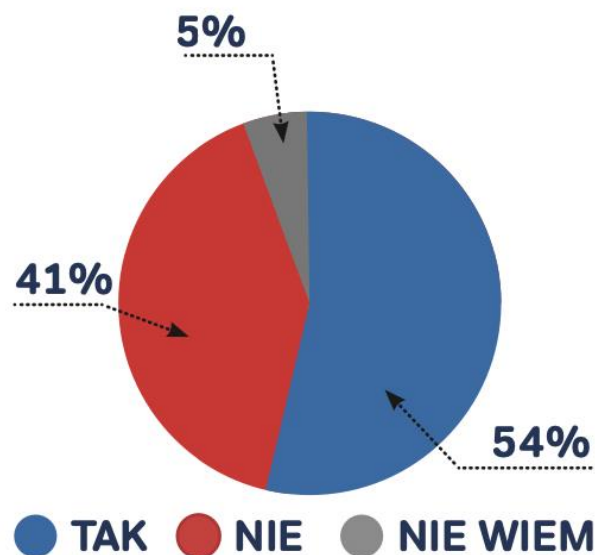
A ile firm ma strategię marketingową?



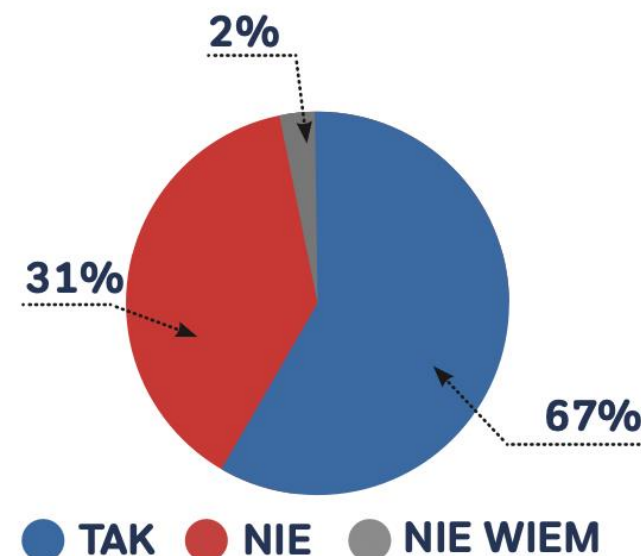
A ile firm ma strategię marketingową?



MIKROPRZEDSIĘBIORSTWO



MŚP



>250 PRACOWNIKÓW

Case study – jak nie planować wydatków?



Dlaczego Twój marketing jest drogi lub nieefektywny?

✓ Co wiesz o...

- Otoczeniu makroekonomicznym
- Trendach na rynku
- Konsumentom
- Twojej konkurencji
- Twojej własnej firmie

Dlaczego Twój marketing jest drogi lub nieefektywny?

✓ Jaki pozycjonujesz swoją markę...?

- Co wyróżnia Twoją markę na tle innych firm z branży?
- Jaki jest charakter Twojej marki?
- Jakimi kanałami się komunikujesz?
- Jak alokujesz swoje budżety?
- Jakie cele chcesz osiągnąć?

Case study



Wszechwiedzący szef!



Niedopasowanie do odbiorcy!



Przepalanie budżetów!

Dlaczego Twój marketing jest drogi lub nieefektywny?

✓ Jak działasz...?

- Czy Twoja marka jest spójna wizerunkowo?
- Czy analizujesz wyniki?
- Czy liczysz konwersję?
- Czy odświeżasz cele?

Strategia jako inwestycja



Audyt marketingowy



Strategia marki



Plan komunikacyjny

Odpowiedź na potrzeby – strategia marketingowa

Twój Klient, czyli kto?



- Kim jest Klient?
- Płeć
- Wiek
- Dochody
- Wykształcenie
- Zawód
- Stan cywilny



- Gdzie mieszka?
- Miasto czy wieś?
- Czy pracuje w innym miejscu?



- Jakie ma wartości?
- Co się dla niego liczy?
- Stosunek do rodziny
- Stosunek do zakupów
- Jaki styl życia prowadzi?



- Czy jest lojalny wobec marek?
- Jakie media konsumuje?
- Jakie lubi marki?
- Czy jest gadżeciarzem?

Odpowiedź na potrzeby – strategia marketingowa



Consumer insight



Brand promise



Reason to believe



USP i ESP marki



Brand values



Brand voice



Key message

Jak przygotować biznes do zmian?

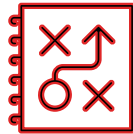
Co daje opracowanie i wdrożenie strategii marketingowej?

- ✓ Jeżeli bazujemy na dobrej analizie, właściwych wnioskach oraz sprecyzowanych potrzebach konsumentkich, mamy dobrą podstawę do działania.
- ✓ Czasy kiedy dobry produkt sprzedawał się dawno za nami. Teraz konkurencja nie śpi. Należy szukać takich przewag konkurencyjnych, które pozwolą wyróżnić się w umysłach klientów.
- ✓ Wygrywają tylko te firmy, które posiadają zdolność do utrzymywania silnej i tożsamej marki.
- ✓ Marketing to nie jest obszar, w którym coś dzieje się z przypadku. To dokładnie przeanalizowane i zaplanowane działania.
- ✓ Pamiętaj, że to jest nowym trendem, np. reklamy na Tik Tok, nie zawsze są dla Twojej marki. Musisz wiedzieć gdzie jest Twój klient i czego potrzebuje.

Wdrożenie strategii marketingowej

- ✓ Na bazie opracowanej strategii marketingowej następuje etap planu operacyjnego.
Pamiętaj, by zabezpieczyć budżety oraz zasoby ludzi do jej wdrożenia.
- ✓ Na tym etapie planowany jest szczegółowo plan marketingowy, etapy jego wdrożenia, budżet oraz KPI.
- ✓ Pamiętaj, że nawet najlepsza strategia bez egzekucji działań nie przyniesie zwrotu.
- ✓ Marketing to nie działania ad hockowe według najnowszych trendów. To dokładna analiza, wyciąganie wniosków i odpowiednie działania na bazie tych wniosków.

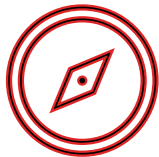
Najczęstsze błędy w działaniach marketingowych



Brak rozpoznanych
potrzeb Klienta.



Źle dobrane kanały
komunikacyjne.



Treści niedopasowane
do odbiorców.



Przerost formy na treścią = brak
solidnego wsparcia pracowników
lub agencji marketingowej!

Sesja Q&A





**Na hasło IFR
10% rabatu na nasze usługi
do 31 grudnia 2021!**



Kamila Kierzek-Mechło
Dyrektor Zarządzający

533 980 420
kamila.kierzek-mechlo@buzzcenter.pl

Radosław Mechło
Dyrektor Operacyjny

508 003 369
radoslaw.mechlo@buzzcenter.pl



BUZZcenter



buzzcenter.marketing



BUZZcenterbuzz

BUZZcenter

strategiczne doradztwo marketingowe | +48 505 275 443 | kontakt@buzzcenter.pl | www.buzzcenter.pl