



AKADEMIA
LEONA KOŹMIŃSKIEGO

Marketing strategiczny (1)

dr Jolanta Tkaczyk

www.twitter.com/rynkolog

www.facebook.com/rynkologia

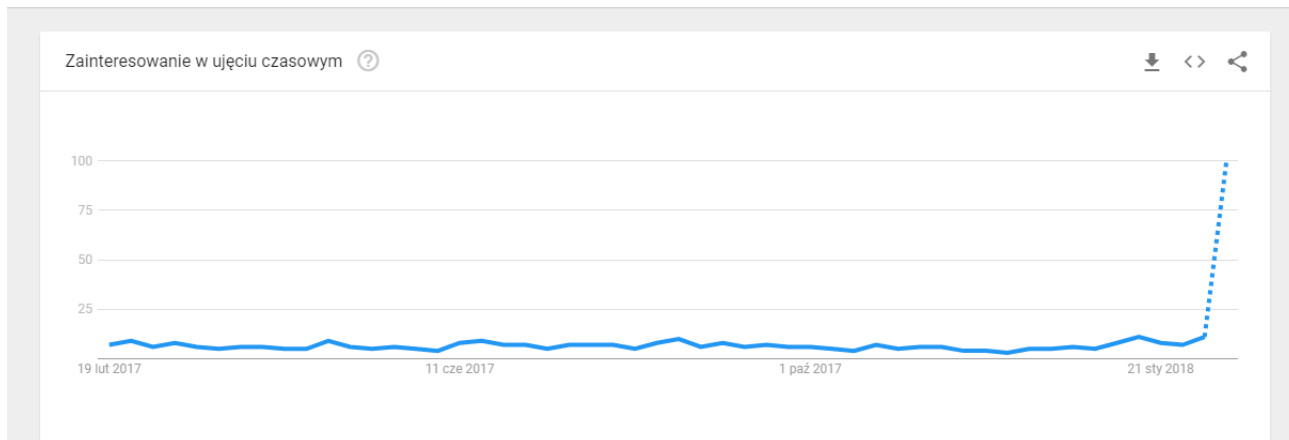
Rynkologia.pl



Agenda

1. Istota marketingu
2. Przygotowanie planów marketingowych.
3. Produkt jako element marketingu. Polityka produktu w marketingu. Cykl życia produktu. Zarządzanie marką. Decyzje związane z marką.
4. Cena i dystrybucja jako element marketingu.
5. Istota i funkcje komunikacji marketingowej. Nowe narzędzia komunikacji z klientem.





Google trends

Wielka sensacja! Na polskim rynku ukazał się dziś pierwszy numer polskiej edycji "Vogue". Chwalona jest przede wszystkim okładka i fakt, że zdjęcie nie zostało poddane żadnej obróbce.

Nie rozumiem zachwytu. Zdjęcie jest krzywe i wali się na prawą stronę. Modelki stoją w dziwnej, pokręconej pozycji, a perspektywa od dołu zniekształca cały obraz. No i też motyw mnie nie zachwyca - ze wszystkich polskich zabytków zdecydowano się akurat na Pałac Stalina? A kobiety prężą się przed radziecką Wołgą? PRL skończył się 30 lat temu, ale najwidoczniej do zachodnich panów, którzy wydali sobie teraz swoje pismo w polskiej kolonii, to jeszcze nie dotarło...



Jakub Roskosz @JakubRoskosz · 13 lut
Szczyt radzieckiej myśli fotograficznej #Vogue #Polska



Wojtek Kardys @WojtekKardys · 13 lut

Nie znam się na modzie i szczerze mówiąc nie wiem czy ta okładka #vogue jest spoko czy nie ale jedno jest niezaprzeczalne - ogromna część internautów dowiedziała się o premierze magazynu.

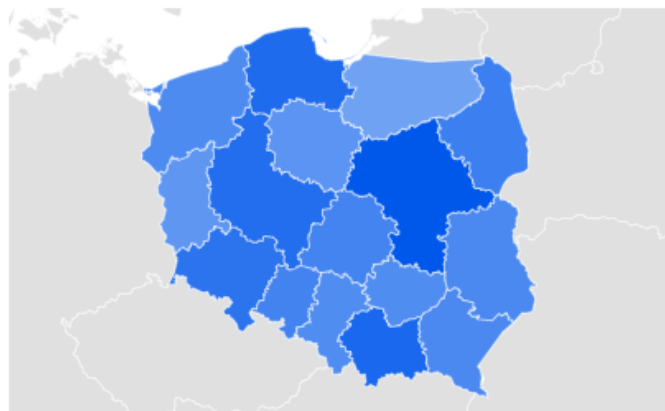
Buzz jest naprawdę spory. Pytanie - czy uzyskaliby go gdyby to była kolejna śliczna sesja?

VOGUE



Wojtek Kardys @WojtekKardys
Pierwsza Polska okładka #Vogue

Okładka mi się jednak nie podoba. Rozumiem zamierzenia autorów (smog itd.) ale czy okładka w takim magazynie...



1	mazowieckie	100	<div style="width: 100%;"></div>
2	małopolskie	86	<div style="width: 86%;"></div>
3	pomorskie	83	<div style="width: 83%;"></div>
4	wielkopolskie	81	<div style="width: 81%;"></div>
5	Województwo dolnośląskie	76	<div style="width: 76%;"></div>

< 1-5 z 16 podregionów >

Podobne tematy ?

Zyskujące popularność ▼ ⬇ ⏪ ⏩

1	Cover - Temat	Przebiecie
2	Fashion show - Temat	Przebiecie
3	Chris Niedenthal - Fotograf	Przebiecie
4	Dolce & Gabbana - Firma	Przebiecie
5	Małgorzata Bela - Modelka	Przebiecie

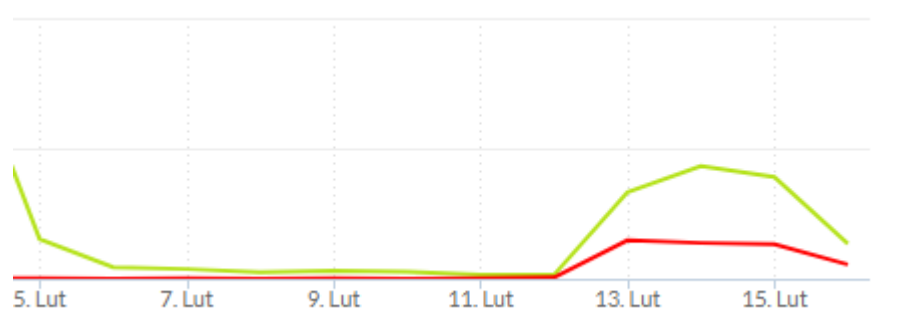
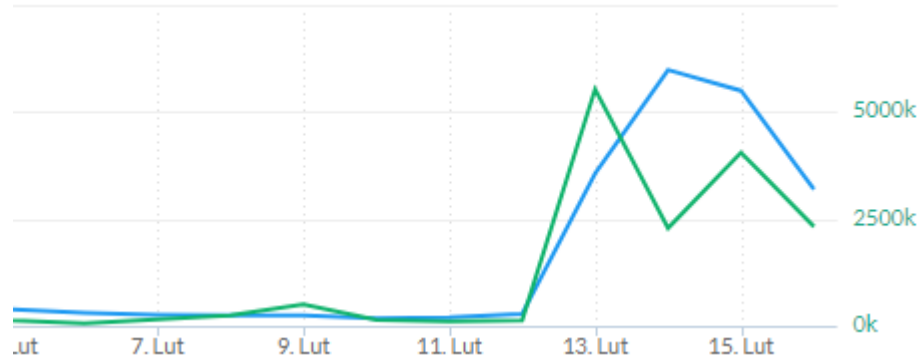
< 1-5 z 24 tematów >

Podobne zapytania ?

Zyskujące popularność ▼ ⬇ ⏪ ⏩

1	vogue poland	+ 700%
2	polski vogue	+ 600%
3	vogue polska	+ 550%
4	vouge polska	+ 550%
5	vogue polska cena	+ 300%

< 1-5 z 12 zapytań >



? 1 141 (64.4%) WYNIKÓW DODANYCH PRZEZ KOBIETY	? 630 (35.6%) WYNIKÓW DODANYCH PRZEZ MĘŻCZYZN	? 20 362 114 ZASIĘGU SOCIAL MEDIA
? 989 299 INTERAKCJI W SOCIAL MEDIA	? 295 583 UDOSTĘPNIENI W SOCIAL MEDIA	? 669 525 POLUBIEŃ W SOCIAL MEDIA

- Wszystkie
11490
- Facebook
2139
- Mikroblogi
2249
- Instagram
3909
- Blogi
134
- Forum
997
- Newsy
590
- Video
137
- Inne
1335

Brand 24.pl



VOGUE

POLSKA



VOGUE

LEWSKIE





SMOQUE

POLSKA



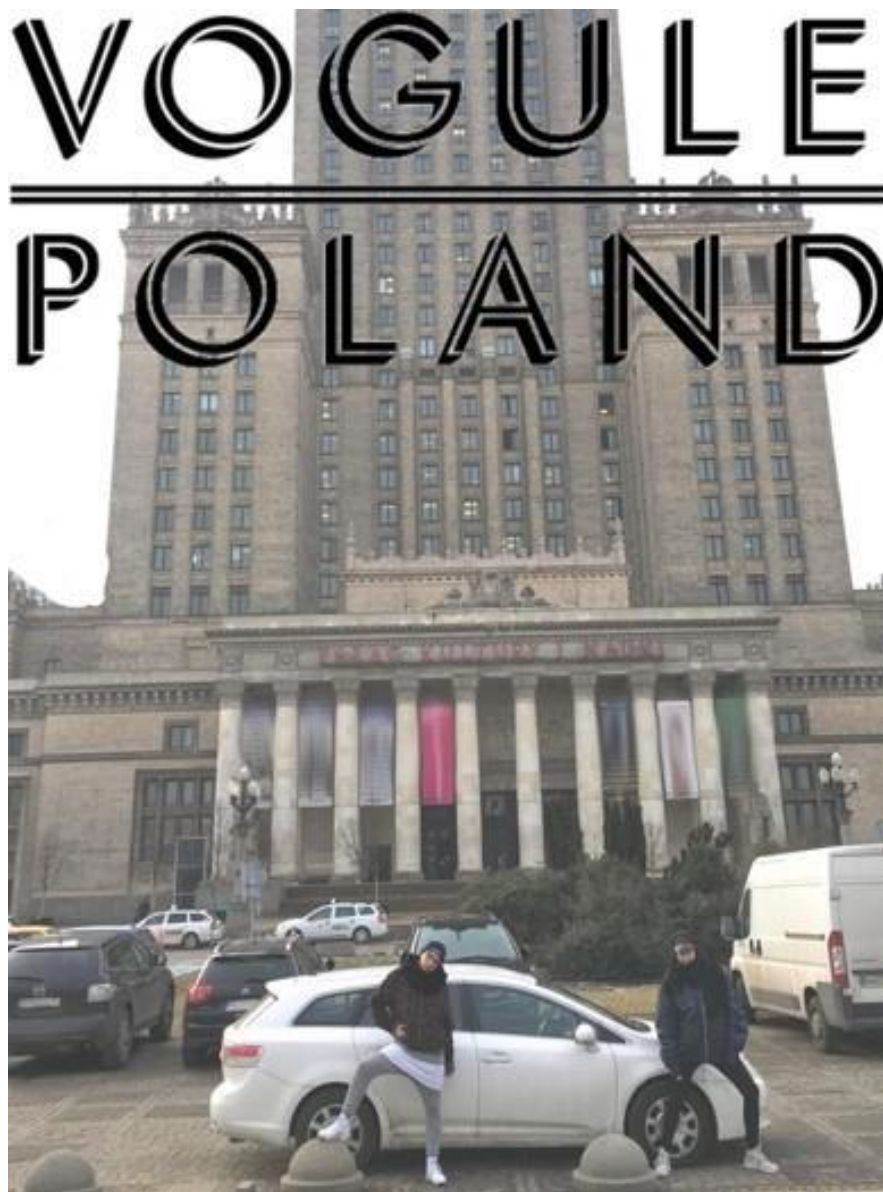
VOGUE

POLSKA



VOGULE

POLAND









WAVELO

KRAKÓW



MODLIN

GARNIZON





ELBLAGUE



MIYTAXI

#PORUSZAMYMIASTO



1 sierpnia
DZIEŃ PAMIĘCI



CHRZANIĆ TO, CO BYŁO.
WAŻNE TO, CO BĘDZIE!



- od 9 do 11 sierpnia 2017 roku w mediach pojawiły się 9484 publikacje na temat Tigera. W tym 8717 w social media, 680 w Internecie, 46 w radiu, 23 w telewizji i 18 w prasie.
- Prezes Maspexu Wadowice Krzysztof Pawiński - **Niestety, wszystko że tak powiem szło bokiem, przez agencję, która okazała się niestaranna** - stwierdził.
- Wzmianki o Tigerze, mogły dotrzeć nawet do 5,33 mln osób.

- Maspex niemal natychmiast usunął profile marki z Instagrama i Twittera,
- zerwał umowę z odpowiedzialną za obsługę marki w mediach społecznościowych agencją J. Walter Thompson,
- zamieścił przeprosiny w mediach,
- przekazał 500 tys. zł Powstańcom Warszawskim.

<http://www.wirtualnemedia.pl/>



Filip Chajzer

około miesiąc temu

ING Bank Śląski S.A.
ul. Sokolska 34
40-086 Katowice

Potwierdzenie transakcji



Nr transakcji w ING Banku Śląskim S.A.: 64001432655 Data księgowania: 09.08.2017 Data transakcji: 09.08.2017

Dane Platnika:

39 1050 0086 1000 0023 4575 7195
ING Bank Śląski
MWS SP. Z O.O. SPÓŁKA KOMANDYTOWA
STREFOWA 13
43-100 TYCHY

Dane Odbiorcy:

50 1750 0012 0000 0000 3760 9692
RAIFF Bankowość Detaliczna w Warszawie Al.Jerozolimskie 179
ŚWIATOWY ZWIĄZEK OLNIERZY
ARMII KRAJOWEJ

Tytuł operacji:

ZBIÓRKA DLA POWSTAŃCÓW 2017
PRZEPROSINY TIGER

Szczegóły operacji:

PRZELEW

Kwota:

500 000,00

Waluta:

PLN

Dokument wygenerowany elektronicznie, nie wymaga pieczęci ani podpisu. Dokument sporządzony na podstawie art.7 Ustawy Prawo Bankowe (Dz. U. Nr 72 z 2002 roku, poz. 665 z późniejszymi zmianami).

Proszę Państwa. Sam w to nie wierzę, ale to prawda. Przed chwilą zadzwonił do mnie chłopak z Tigera. Wyraźnie skonsternowany. Kilukrotnie mówił jak bardzo jest im głupio w firmie przez błąd, który popełnili. W moim poprzednim poście napisałem, że "Zbiórka dla Powstańców 2017" to odpowiednia forna pokuty... I TAK SIĘ STAŁO!!! Ostatnie zdanie, naszej rozmowy - "kwota, którą przelaliśmy jest tak wielka jak nasze poczucie wstydu". I faktycznie jest WIELKA. 500.000 PLN!!! DZIĘKUJĘ!!! W imieniu bohaterów naszego Państwa DZIĘKUJĘ!!! To są pieniądze na leki, protezy, aparaty słuchowe, prąd, wodę, święta... Jestem cholernie wzruszony. Każda, nawet najgłupsza decyzja może mieć swój happy end. Oto i on.

👍 68 tys. 💬 3,5 tys. ➡ 2,6 tys.

Tiger
Wyszukiwane hasło



+ Porównaj

Polska ▼

Ostatnie 12 mies. ▼

Wszystko ▼

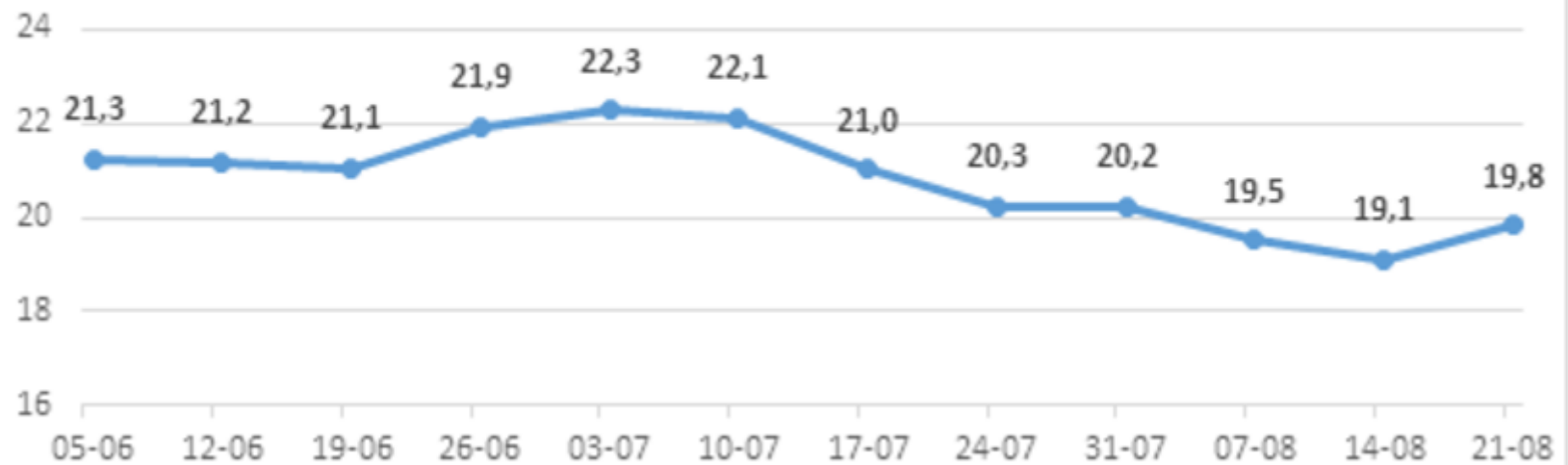
Wyszukiwarka Google ▼

Zainteresowanie w ujęciu czasowym



Tiger (Maspex)

Udziały wolumenowe w sprzedaży napojów energetyzujących (%)
CMR, sklepy niezależne i miękka franczyza do 300m2



15 stycznia
DZIEŃ ŁODÓW



DLACZEGO MASZ PODARTE RAJTUZY?!
- **BYŁAM NA ŁODACH, MAMO**



15 czerwca
BOŻE CIAŁO



POWIEDZ KOBIECIE, ŻE MA BOSKIE
CIAŁO. ZAWSZE KOMPLEMENTÓW
Kobietom ZA MAŁO.



14 czerwca
ŚRODA



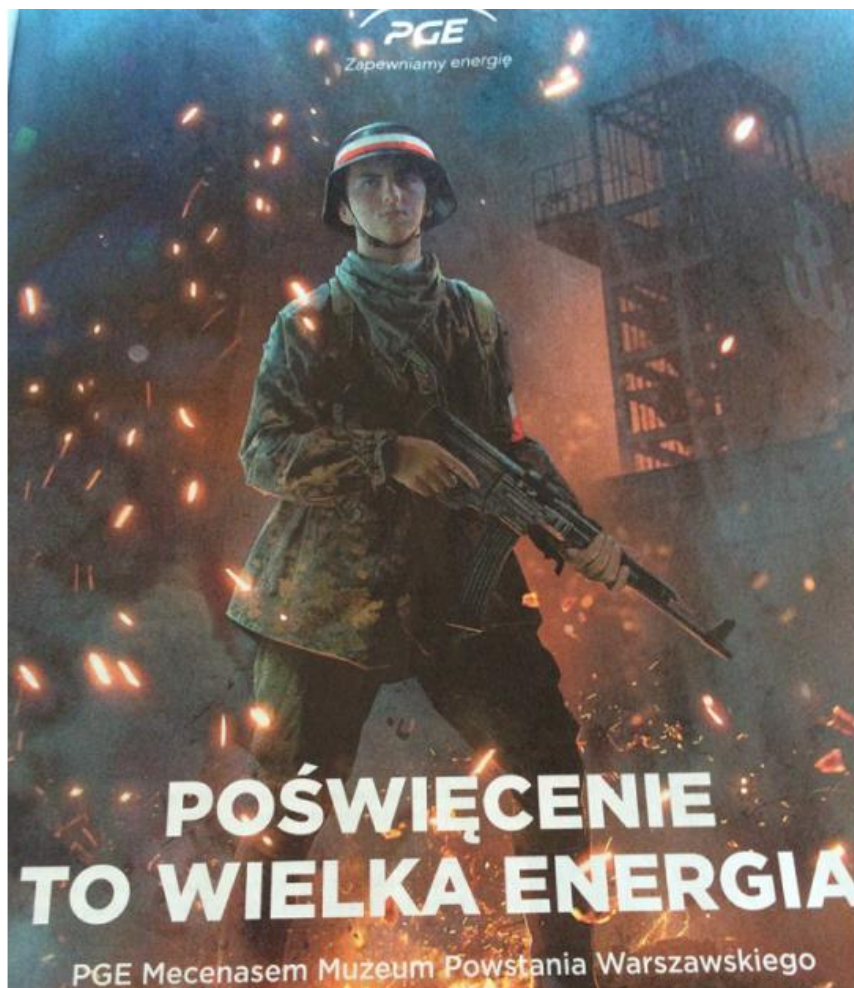
IMIENINY OBCHODZI: LODA



10 kwietnia
DZIEŃ LOTNICTWA



LECIMY NIE ŚPIMY!



PGE
Zapewniamy energię

**POŚWIĘCENIE
TO WIELKA ENERGIA**

PGE Mecenaszem Muzeum Powstania Warszawskiego



PGE

**WSPIERAMY PAMIĘĆ
O BOHATERACH**

PGE Mecenaszem Muzeum Powstania Warszawskiego

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ ▶



US Embassy Warsaw ✓
@USEmbassyWarsaw

Obserwuj

Dziś jest 73. rocznica wybuchu Powstania Warszawskiego.
Pamiętamy! Na zdjęciu Staff Sergeant Leonard @USMC trzyma
Znak Polski Walczącej.

08:58 - 1.08.2017

 Adrian...

kocha wszystkie kobiety

*Annales
Kuszyńska*



www.adrian-rajstopy.pl



Adrian...

kocha wszystkie kobiety

Wspaniałe

www.adrian-rajstopy.pl

STROER

8511205



A Adrian ...

kocha wszystkie kobiety

**”Śpieszmy się kochać ludzi
tak szybko odchodzą ...”**

Ks. Jan Twardowski

www.adrian-rajstopy.pl



Adrian ...

koenia wszystkie kobiety

... z miłości,
o której nie zdążyłam
powiedzieć.



Adrian...
kocha wszystkie kobiety

Każdy ma prawo być sobą.
Anna Grodzka

www.adrian-rajstopy.pl





Adrian ...

kocha wszystkie kobiety

*Piękno i najwyższa klasa
są zawsze z nami.*

Adrian Fabryka Rajstop
Małgorzata Pomorska

PARTNERZY KAMPANII

Mercedes-Benz

Sobiesław Zasada Automotive



www.adrian-rajstopy.pl

 **Adrian...**
kocha wszystkie kobiety

**JESTEM NAJMNIEJSZĄ KOBIETĄ ŚWIATA.
CZY NIE MIAŁAM PRAWA SIĘ URODZIĆ?**

Jyoti Amge

JYOTI AMGE ODWIEDZIŁA FIRMĘ ADRIAN W DNIACH: 08-11.02.2017





47.90zł **12.99zł** ★★★★★ 1

Poczuj jak kwaskowate SMOKI o smaku

Opakowanie zawiera 25 papierosów z owoc

1

+ Dodaj do koszyka

Opis

Dodatkowe informa

Opinie (17)

Need Help? Contac

Papierosy

Share



[Strona główna](#) [Kontakt](#) [Koszyk](#)

Najnowsze produkty



Porzeczkowe
Papierosy

47.90zł
12.99zł

Mielonki
Mentol, Papierosy

47.90zł
12.99zł

Mielonki-Brzoskwinie
Mentol, Papierosy

47.90zł
12.99zł

Jabłkowo-Miętowo
Mentol, Papierosy

47.90zł
12.99zł

Pokrewne produkty

Wkrótce otwarcie naszego sklepu w centrum Warszawy! Zobacz lokalizację!

Bestsellery



Jabłkowo-Miętowo
Mentol, Papierosy
47.90zł **12.99zł**



Cytrynowe
Mentol, Papierosy
14.70zł



Mielonki-Brzoskwinie
Mentol, Papierosy
47.90zł **12.99zł**

Najlepiej oceniane



Mielonki
★★★★★
47.90zł **12.99zł**



Jabłkowo-Miętowo
★★★★★
47.90zł **12.99zł**



Mielonki-Brzoskwinie
★★★★★
47.90zł **12.99zł**

Promocjal



Porzeczkowe
Papierosy
47.90zł **12.99zł**



Mielonki
Mentol, Papierosy
47.90zł **12.99zł**



Mielonki-Brzoskwinie
Mentol, Papierosy
47.90zł **12.99zł**

SMOK – papierosy dla dzieci

Jak to działa?

Kontakt z nami

Witamy w internetowym sklepie SMOK, innowacyjne marki papierosów po raz pierwszy w historii skierowanych do młodszych odbiorców

Czwerni możemy spróbować SMOKI w Polsce? Mamy swoją sekret, ale jak doradzaj nam kiedy, gdzie i jak, jak powinna działać. A my mamy powód, że to łaski karkocika. :)

Napisz do nas na help@papierosydladzieci.pl lub odwiedź nas w naszym sklepie w Warszawie



- Koszty

- Plakaty 110 zł
- Atrapy papierosów 66 zł
- Wynajęcie lokalu na 2 tygodnie 1 tys zł

- Efekty

- 60 tys. wejść na stronę
- Numer 1 w polskim Internecie w wyszukiwarce w niedzielę 26 lutego
- Nagłośnienie medialne

Mleko Kobieta



Wzmacnia odporność

Kawa z mlekiem kobiecym
od 8. listopada
godz. 11.00
w kawiarni Żona Krawca

Żona Krawca - kawiarnia
5 listopada o 14:35 · 🌐

👍 Polub stronę

/modyfikacja postu dn. 8/11/2017/

Szanowni Państwo,

Mleko mamy to więcej niż pokarm. Zamiast w kawiarni powinno być w banku mleka kobiecego. Czas szczerze powiedzieć, że informacja o naszej nowej ofercie została przygotowana na potrzebę kampanii społecznej rozbijbankmleka.pl, którą wspieramy na rzecz Fundacji Banku Mleka Kobiecego. Gorąco Wam dziękujemy za to, że staliście się jego niezwykle aktywną częścią. Wszystko to dla życia i dobra wcześniaków!

link do filmu:

<https://www.youtube.com/watch?v=07mkwFwjGPs&feature=youtu.be>

<http://rozbijbankmleka.pl/#home>

● mleko kobiece
Wyszukiwane hasło

● rozbij bank mleka
Wyszukiwane hasło

● żona krawca
Wyszukiwane hasło

● Fundacja Banku Ml...
Wyszukiwane hasło

+

Polska ▾

Ostatnie 12 mies. ▾

Wszystko ▾

Wyszukiwarka Google ▾

Zainteresowanie w ujęciu czasowym ?



Okolo 156 000 wyników (0,31 s)

Marketing Is Dead - Harvard Business Review

<https://hbr.org/2012/08/marketing-is-dead> ▾ Tłumaczenie strony

09.08.2012 - Traditional marketing — including advertising, public relations, branding and corporate communications — is dead. Many people in traditional ...

Marketing Is Dead, and Loyalty Killed It

<https://hbr.org/.../marketing-is-dead-and-loyalty-kille...> ▾ Tłumaczenie strony

16.02.2015 - So, you've worked your way up the corporate ladder to become Chief Marketing Officer. Pat yourself on the back – you deserve it! All done?

Obrazy dla "marketing is dead"

Zgłoś grafiki



Więcej zdjęć dla zapytania "marketing is dead"

Traditional Marketing Is Dead: The 5 Underlying Principles ...

www.business2community.com/.../traditional-marketing... ▾ Tłumaczenie strony

08.07.2015 - In marketing days gone by, the only way to reach potential customers was to post OOH (Out of Home) advertisements – radio, television, and ...

„Pogłoski o mojej śmierci były mocno przesadzone” Mark Twain



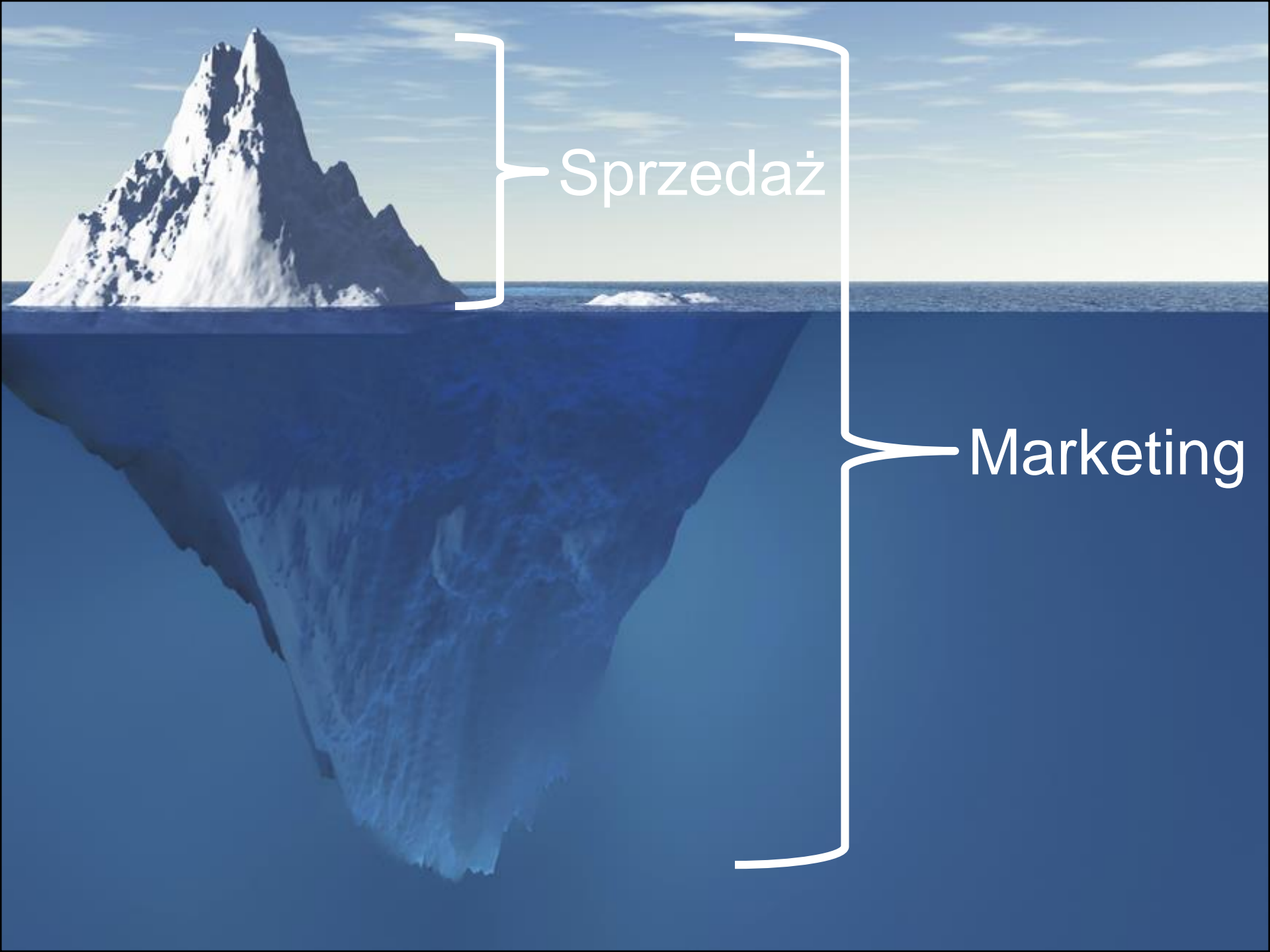
Marketing umarł? Niech żyje Marketing!

Frederick E. Webster Jr, Robert F. Lusch
Elevating Marketing. Marketing Is Dead!
Long Live Marketing!
„Journal of the Academic Marketing Science” 2013

Zawsze będzie tak, że ktoś stwierdzi, że trzeba coś sprzedać. Ale celem marketingu jest poznanie i zrozumienie klienta na tyle dobrze, aby towar lub usługa odpowiadała mu i sprzedawała się sama. W ujęciu idealnym rezultatem marketingu ma być klient, który jest gotów kupić. Jedyne, co wtedy pozostaje do zrobienia, to sprawić, aby towar lub usługa była dostępna.

Drucker, Peter F. "Management: Tasks, Responsibilities, Practices, 523 (1974)





Sprzedaż

Marketing

Dylematy marketingowe



Podejście operacyjne

4P people, processes,
programs, performance



Podejście strategiczne

4 C ?(Robert Lauterborn)

Customer value

Cost to the customer

Convenience

Communication



Korzyść dla klienta

koszt dla klienta

komfort korzystania

komunikacja

ABCDE?

- *Anyplace,*
- *Brand,*
- *Communication,*
- *Discovery,*
- *Experience.*



„Digital Age” – Don Tapscott

4E

- Experience
- Everyplace
- Exchange
- Engagement/Evangelism

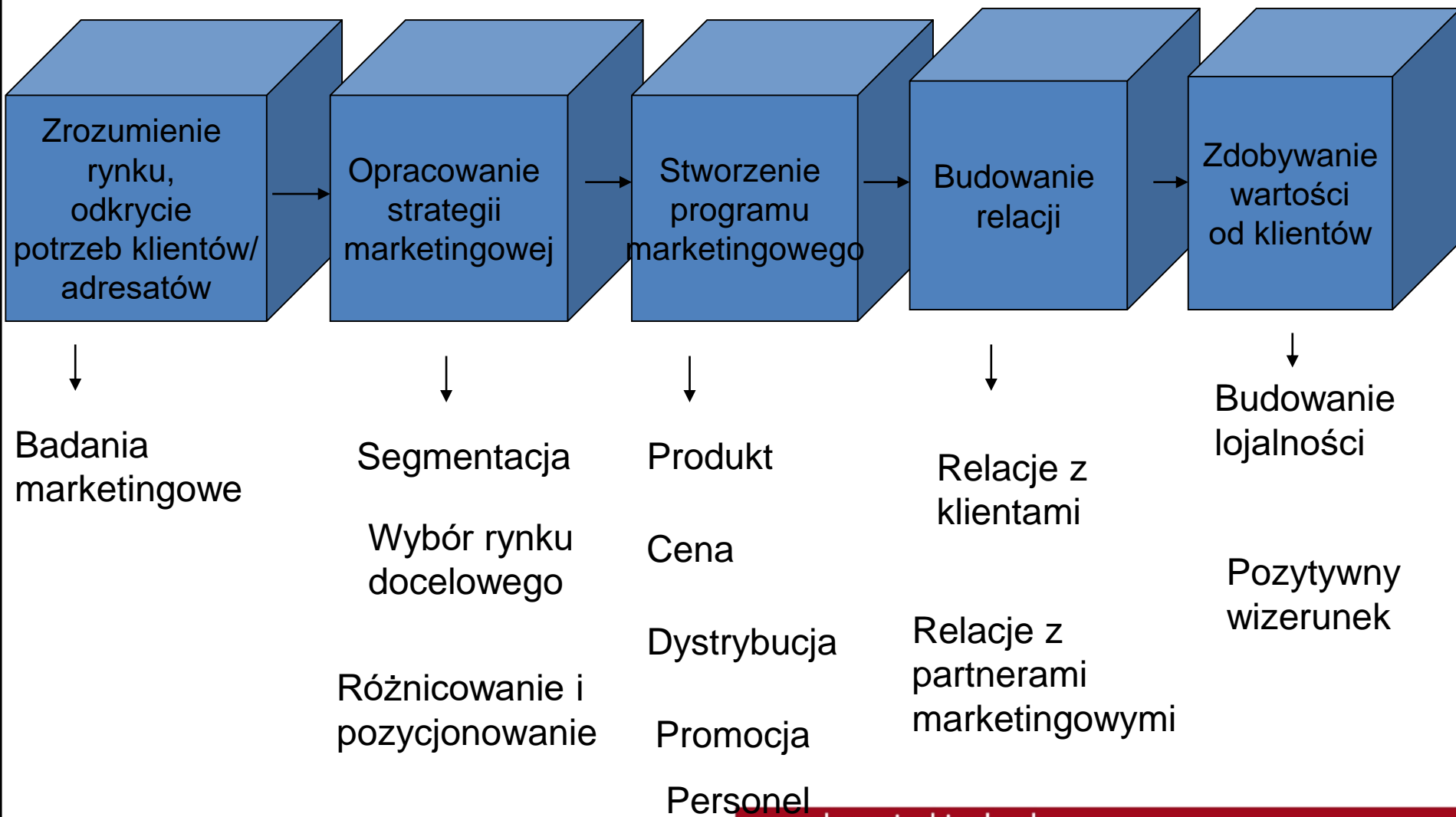
**THE 4Ps
ARE OUT,
THE 4Es
ARE IN**

Nowe uwarunkowania marketingu

- Rewolucja cyfrowa
- Globalizacja
- Większa konkurencja
- Konwergencja branż
- Dezintermediacja
- Możliwości nabywcze konsumentów
- Wiedza konsumenta
- Współudział konsumentów
- Opór konsumentów



Proces zarządzania marketingowego



Rozwój analityki marketingowej

- Jak wykorzystać analitykę do podejmowania lepszych decyzji marketingowych?
- Jak można poprawiać metody analityczne, aby uzyskiwać więcej interesujących informacji z nieustrukturyzowanych danych (np. mediów społecznościowych)
- Jak analizować duże zbiory danych?
- Jak można byłoby wykorzystać dane na poziomie jednostki do budowania lepszych programów marketingowych?



Pomiar i komunikowanie wartości działań marketingowych i inwestycji w marketing

- Jakich miar używać, by zmierzyć krótkoterminową reakcję konsumenta i długoterminowy efekt budowania marki?
- Jak „miksować” pomiary „miękkie” i „twarde”
- Jak mierzyć ROI działań marketingowych prowadzonych w świecie cyfrowym, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych.
- Jak mierzyć ROI wewnętrznych działań marketingowych (np. programów szkoleniowych)

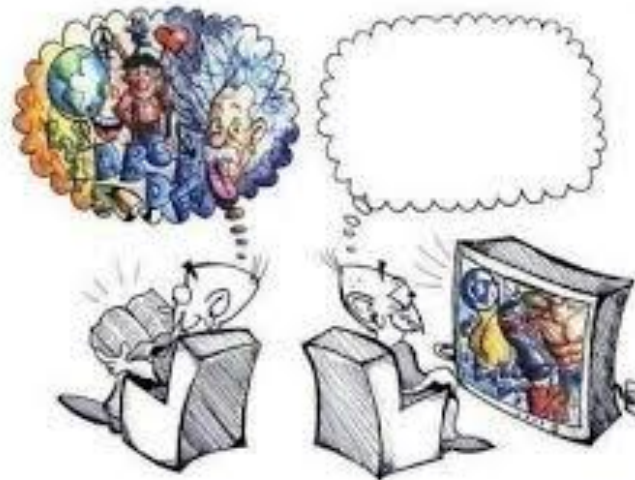


Rozwój i organizacja dla doskonałości marketingowej

- Jakich umiejętności będą potrzebować marketerzy przyszłości?
- Jak wykreować klientocentryczną kulturę organizacji?
- Jak wykreować organizację szybkoreagującą na zmiany w otoczeniu?
- Jak tworzyć sieci powiązań partnerskich, aby móc wdrażać efektywne strategie marketingowe?

Wykorzystanie technologii cyfrowych/społecznościowych/mobilnych

- Jak przygotowywać komunikaty/strony internetowe, aby angażować odbiorców?
- Jak monitorować media społecznościowe?



Generacja tekstowa

Generacja obrazkowa



Y



Jarosław Gugąła, Krystyna Janda, Wojciech Pszoniak

ReZigiusz, Gimper, Stuu

<http://dziendobry.tvn.pl/wideo,2064,n/chajzer-z-janda-pod-pacha-z-ta-janda,182666.html>





Tworzenie i komunikowanie wartości dla klienta

- Jak mierzyć percepcję wartości produktu?
- Jak ustalać ceny?
- Jak mierzyć wartość klienta i jak ją wykorzystać w procesie podejmowania decyzji marketingowych?

Integracja programów marketingowych

- Jak pogodzić krótkookresowe i długookresowe cele działań marketingowych?
- Jak integrować komunikację marketingową?



Innowacje

- Jak adaptować się do zmian?
- Jak zbalansować „high touch” z „high tech”?
- Jaka jest wartość crowdsourcingu i współtworzenia wartości z nabywcami?



Rynki globalne

- Jak globalizować media cyfrowe? Jak tworzyć lokalny content?
- Czy różnicować marketing na rynkach rozwijających się?



Rozpoznawanie różnic w zachowaniach nabywców

- Jakie są konsekwencje marketingowe różnic kulturowych, geograficznych i demograficznych w zachowaniach nabywców?
- Jak implementować dane behawioralne do segmentacji rynku, czy można je łączyć z danymi o stylu życia i danymi ankietowymi?
- Jakie są korzyści z docierania do liderów opinii?



Tworzenie optymalnych społecznych kontraktów z nabywcami

- Jak kształtują się relacje klient-firma? Jakie formy lojalności funkcjonują obecnie?
- Jakich zachowań oczekuje od firmy klient w aspekcie etycznym?
- Jakie znaczenie ma CSR? Jak te działania wpływają na zachowania konsumenckie?
- Czego konsumenci oczekują od firm w kwestii zachowania prywatności?

Polacy w mniejszym stopniu niż obywatele innych państw są gotowi ponosić wyższe koszty produktów i usług wspierających cele społeczne

Mirońska, Dominika, and Piotr Zaborek. "Polacy wobec marketingu społecznie zaangażowanego." *Marketing i Rynek* 1.21 (2014): 32-41.



LEASE A JEANS FOR €7,50 A MONTH

Lease A Jeans until you're done wearing. We recycle those trashed ones. This is how it works.

Why own your jeans? With Lease A Jeans you always wear new, up-to-date jeans without owning them. Just wear them and after a year, or when the jeans are completely worn out, you can send them to us. You can switch to a new pair. We recycle the old ones. Find out all about switching and returning [here](#).



Dziękuję za uwagę!

Twitter.com/rynkolog

Facebook.com/rynkologia

jtkaczyk@kozminski.edu.pl