

Prof. dr hab. Lechosław Garbarski
Dr Jolanta Tkaczyk

**PODSTAWY
MARKETINGU**
(część 1)

Warszawa 26.IX.2009

Program

1. Istota marketingu
2. Segmentacja rynku
3. Podstawy decyzji marketingowych
4. Plasowanie (pozycjonowanie) jako koncepcja marketingowa
5. Kształtowanie produktu i komunikacji marketingowej

5. Kształtowanie produktu i komunikacji marketingowej

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 ▼

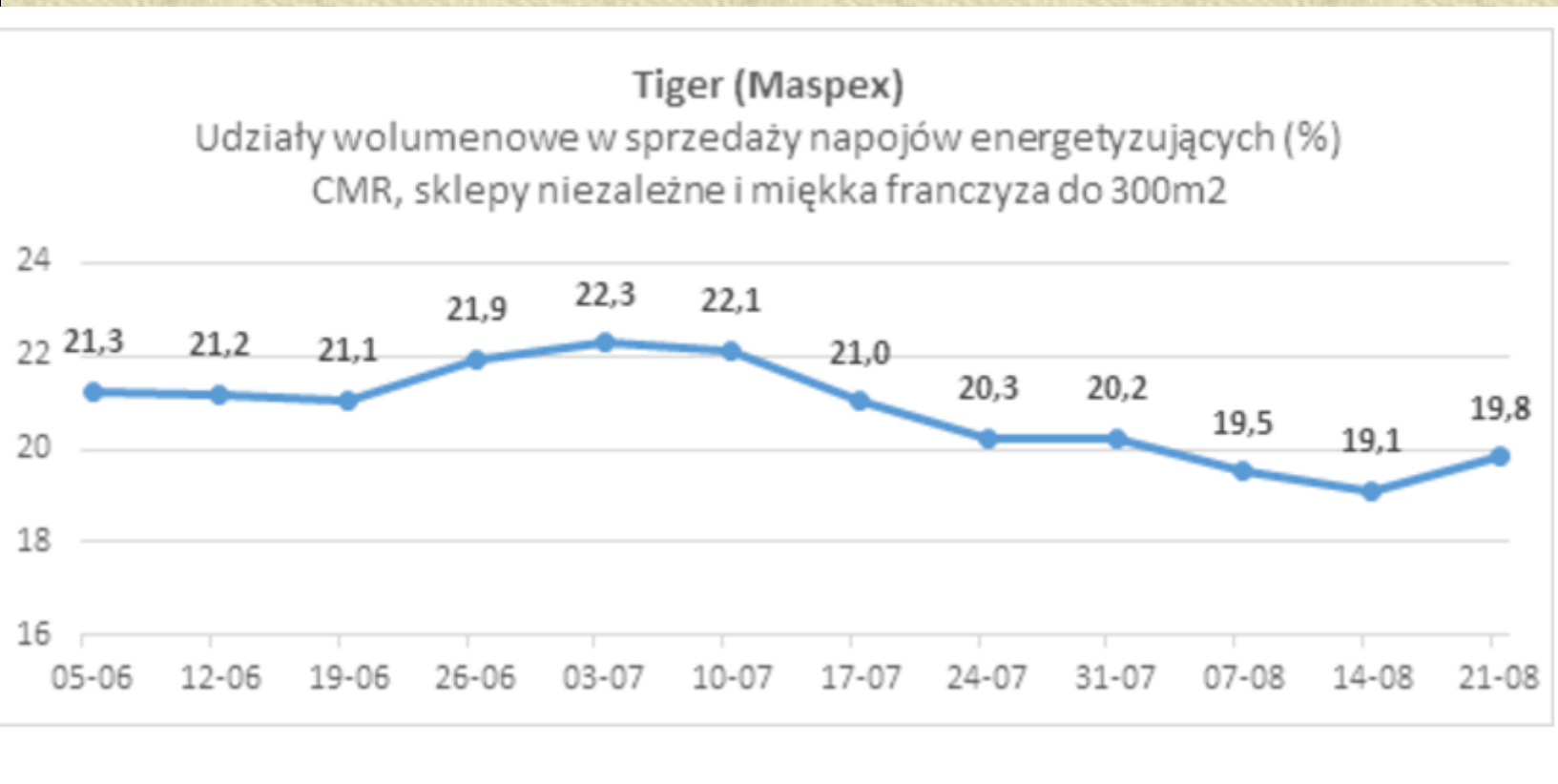
Ostatnie 12 mies. ▼

Wszystko ▼

Wyszukiwarka Google ▼

Zainteresowanie w ujęciu czasowym





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

Środa

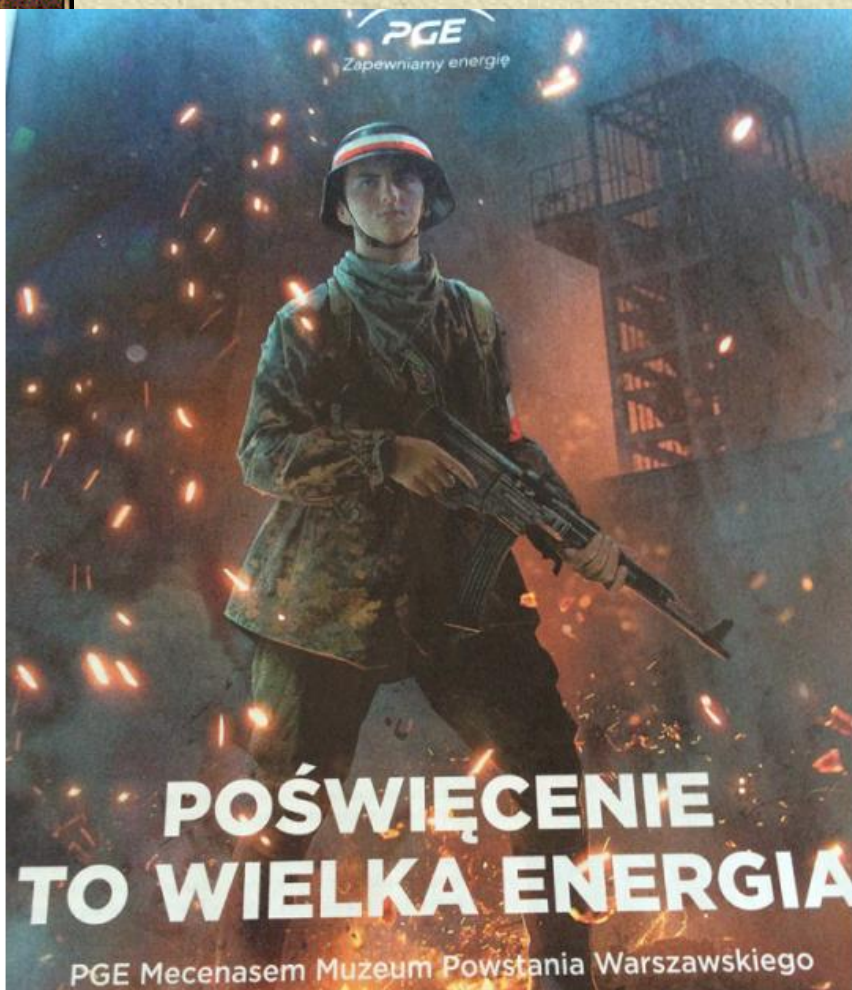
IMIENINY OBCHODZI: LODA



10 kwietnia
DZIEŃ LOTNICTWA



LECIMY NIE ŚPIMY!





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





A Adrian ...

kocha wszystkie kobiety

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

— Ks. Jan Twardowski

www.adrian-rajstopy.pl



 **Adrian...**
kocha wszystkie kobiety

Każdy ma prawo być sobą.
Anna Goodkwa

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



Definicja produktu

Produkt - wszystko to, co można zaoferować nabywcom do konsumpcji, użytkowania lub dalszego przerobu. Produkty to też:

- usługi
- czynności
- osoby
- miejsca
- organizacje
- pomysły technologiczne, organizacyjne
- idee

Chusteczki AVERT virucidal

- ✦ Pierwsze chusteczki z witaminą C, zabijające zarazki, walczące z gripą



1985



Bezdymne papierosy RJ Reynolds

- ✦ 25% droższe od innych papierosów
- ✦ Rynkiem docelowym byli – niepalący!!!



1988 – po 5
miesiącach



Hey! There's A Monster In My Room

- ✦ Likwiduje robactwo
- ✦ Zapach gumy do żucia
- ✦ Ale ta nazwa!



1993



Nowy szampon

- ✦ Znoszący niekorzystny wpływ środowiska (zatrucia środowiska)



Obiadki dla dorosłych

- ✦ Idea słuszna
- ✦ Ale to opakowanie
- ✦ I nazwa...



1974



Ryż Uncle Ben's Calcium

- ✦ Idea szczytna
- ✦ Nie przekonano konsumentów, że ryż może być źródłem wapnia



Pojęcie usługi

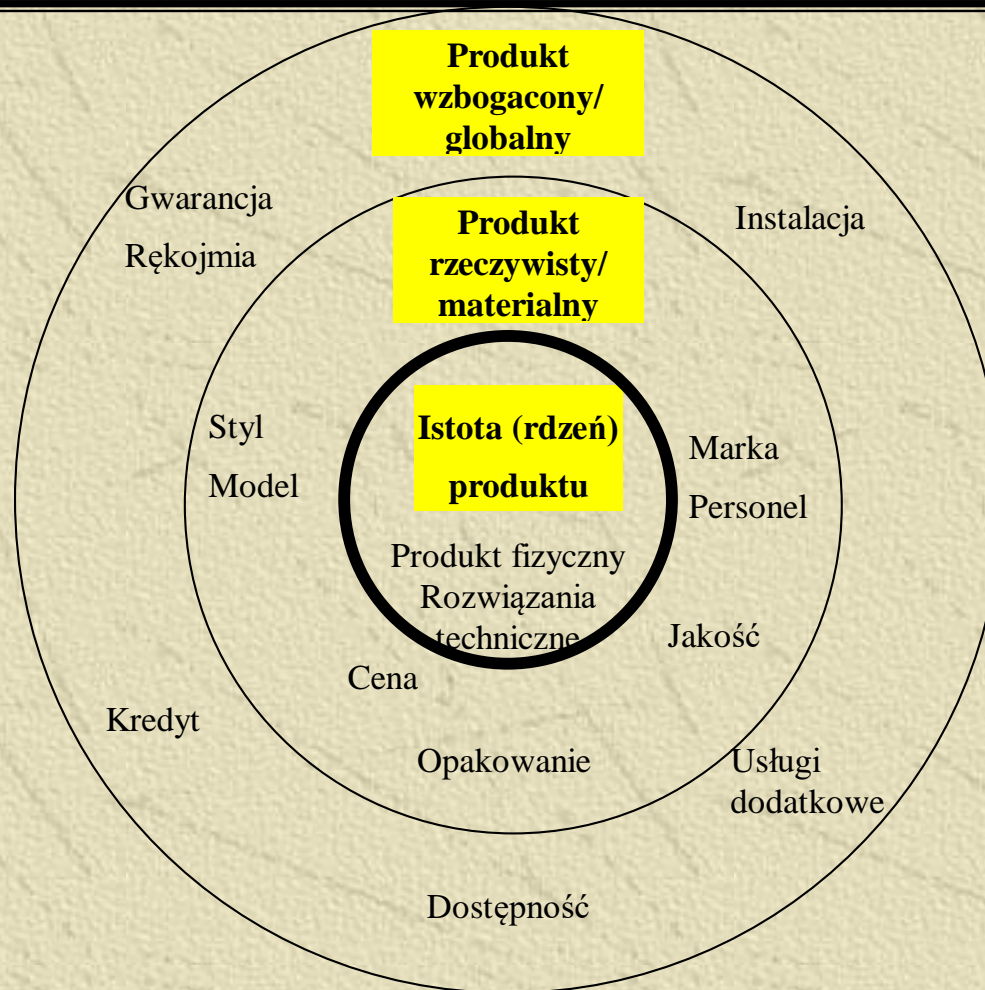
dowolne działanie, jakie jedna strona może zaoferować innej (...) Jego produkcja może być związana lub nie z produktem fizycznym

(Ph. Kotler)

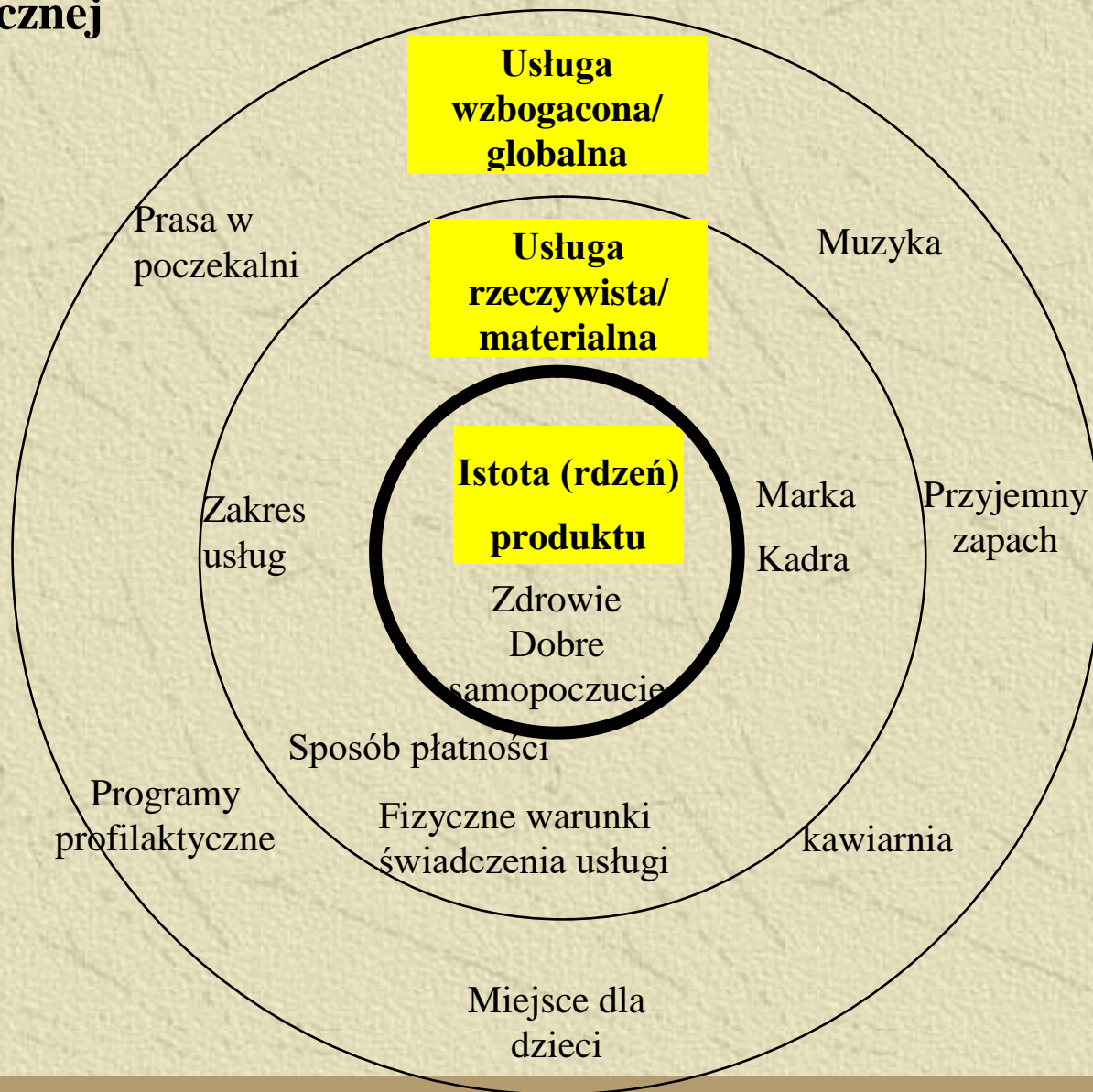
Usługi posiadają specyficzne cechy, odróżniające je od dóbr materialnych. Są to:

- **niematerialność**
- **nierozdzielność**
- **niejednorodność**
- **nietrwałość**

3 poziomy produktu



Przykład: 3 poziomy usługi medycznej



Marka produktu

- ✦ ...nazwa, pojęcie, znak, symbol, rysunek lub kombinacja tych elementów stworzona bądź opracowana w celu oznaczenia produktu (lub usługi) oraz jego odróżnienia od oferty konkurentów.



Wyznaczniki siły marki

- ✦ Wysoki udział w rynku
- ✦ Wysoki wskaźnik świadomości marki
- ✦ Przypisywanie marce przywództwa
- ✦ Obniżenie elastyczności cenowej
- ✦ Okres obecności na rynku
- ✦ Charakter rynku na jakim marka funkcjonuje
- ✦ Ponadregionalny charakter marki
- ✦ Wsparcie działaniami marketingowymi
- ✦ Ochrona prawna

MARKA= PRODUKT+WARTOŚCI+SKOJARZENIA



































Marka to idea produktu stworzona przez konsumenta (David Ogilvy)

Dlaczego marka jest ważna?



- Mózg zużywa **20% energii**, którą pochłania organizm
 - ...a stanowi **2% masy** ciała
- **MYŚLIMY TYLKO WTEDY, GDY MUSIMY**



01  +3% 184,154 \$m	02  +6% 141,703 \$m	03  +10% 79,999 \$m	04  -5% 69,733 \$m	05  +29% 64,796 \$m	06  +9% 56,249 \$m	07  -6% 50,291 \$m	08  +48% 48,188 \$m
09  +10% 47,829 \$m	10  -11% 46,829 \$m	11  +3% 44,208 \$m	12  +5% 41,533 \$m	13  0% 41,521 \$m	14  +5% 40,772 \$m	15  +7% 39,459 \$m	16  +3% 31,930 \$m
17  +3% 27,466 \$m	18  +8% 27,021 \$m	19  -4% 22,919 \$m	20  +3% 22,696 \$m	21  +6% 22,635 \$m	22  +1% 20,491 \$m	23  -10% 20,488 \$m	24  +11% 18,573 \$m
25  +4% 18,472 \$m	26  -9% 18,200 \$m	27  -3% 17,787 \$m	28  +2% 16,416 \$m	29  +7% 16,387 \$m	30  +11% 15,749 \$m	31  +2% 15,375 \$m	32  +11% 14,210 \$m

Brand	Category	Brand Value 2017 \$Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2017 vs. 2016	Rank Change
1 Google	Technology	245,581	4	7%	0
2 Apple	Technology	234,671	4	3%	0
3 Microsoft	Technology	143,222	4	18%	0
4 amazon	Retail	139,286	4	41%	3
5 facebook	Technology	129,800	4	27%	0
6 AT&T	Telecom Providers	115,112	3	7%	-2
7 VISA	Payments	110,999	4	10%	-1
8 Tencent 腾讯	Technology	108,292	5	27%	3
9 IBM	Technology	102,088	4	18%	1
10 McDonald's	Fast Food	97,723	4	10%	-1
11 verizon	Telecom Providers	89,279	3	-4%	-3
12 Marlboro	Tobacco	87,519	3	4%	0
13 Coca-Cola	Soft Drinks	78,342	5	-5%	0
14 Alibaba Group 阿里巴巴集团	Retail	59,127	2	20%	4
15 Citic Bank 中信银行	Regional Banks	58,424	3	0%	-1
16 UPS	Logistics	58,275	4	17%	1
17 China Mobile 中国移动	Telecom Providers	56,535	4	1%	-2
18 Disney	Entertainment	52,040	4	6%	1
19 GE	Conglomerate	50,208	2	-7%	-3
20 MasterCard	Payments	49,928	4	8%	0
21 SAP	Technology	45,194	3	16%	1
22 KFC	Fast Food	44,230	4	2%	-1
23 xfinity	Telecom Providers	41,808	3	NEW ENTRY	
24 Walmart	Retail	40,327	3	11%	2
25 T-Mobile	Telecom Providers	38,493	3	2%	-2

Source: Kantar Millward Brown / BrandZ™ (including data from Bloomberg)
Brand contribution measures the influence of brand alone on financial value, on a scale of 1 to 5, 5 highest


Brand	Category	Brand Value 2017 \$Mil.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2017 vs. 2016	Rank Change
26 Nike	Apparel	34,385	4	-9%	-2
27 Vodafone	Telecom Providers	31,602	3	-14%	-2
28 ICBC 中国工商银行	Regional Banks	31,570	2	-6%	-1
29 LV	Luxury	29,242	4	3%	1
30 TOYOTA	Cars	28,660	4	-3%	-2
31 Walmart	Retail	27,934	2	-2%	1
32 accenture	Technology	27,243	3	19%	6
33 Budweiser	Beer	27,037	4	-5%	-2
34 ZARA	Apparel	25,135	3	0%	1
35 BMW	Cars	24,559	4	-8%	-2
36 Citic Bank	Payments	24,150	4	-9%	-2
37 SAMSUNG	Technology	24,007	4	23%	11
38 L'ORÉAL PARIS	Personal Care	23,899	4	2%	-2
39 Baidu 百度	Technology	23,559	5	-19%	-10
40 Mercedes-Benz	Cars	23,513	4	4%	-1
41 HERMES PARIS	Luxury	23,416	5	18%	3
42 Pampers	Baby Care	22,312	5	-3%	-5
43 movistar	Telecom Providers	22,002	3	0%	-3
44 intel	Technology	21,919	2	18%	7
45 SUBWAY	Fast Food	21,713	4	1%	-4
46 ORACLE	Technology	21,359	2	10%	3
47 Citic Bank	Regional Banks	21,145	4	8%	-2
48 HSBC	Global Banks	20,536	3	1%	-5
49 Huawei	Technology	20,388	3	9%	1
50 NTT	Telecom Providers	20,197	2	3%	-3

The Brand value of Coca-Cola includes Lights, Diet and Zero
The Brand value of Budweiser includes Bud Light

BRANDZ

TOP 10 RANKING CHANGES SIGNIFICANTLY...

Only three brands that appeared in the BrandZ™ Global Top 10 in 2006—Google, Microsoft, and IBM—remain in the Top 10 in 2017.

	2006	Brand Value 2006 \$Mil.	2017	Brand Value 2017 \$Mil.
1	 Microsoft	62,039	 Google	245,581
2		55,834		234,671
3		41,406	 Microsoft	143,227
4		39,168		139,286
5		38,510		129,800
6		37,567		115,112
7		37,445		110,999
8		36,084		108,292
9		31,028		102,088
10		30,201		97,723

Cechy dobrej marki

- krótka i prosta
- łatwa do odczytania i wymówienia
- łatwa do rozpoznania i zapamiętania
- przyjemna w brzmieniu i odczytywaniu
- wymawiana i zapisywana w jeden nie budzący wątpliwości sposób
- możliwa do wymówienia i zapisania w wielu językach
- kojarząca się ze współczesnością
- łatwa do wykorzystania na opakowaniu i etykiecie
- prawnie dozwolona do użytkowania
- sugerująca - w miarę możliwości korzyści związane z produktem

Struktura marki wg Interbrand	Opis
Wizja	→ Unikatowe dla danej marki widzenie siebie samej i otaczającej rzeczywistości
Misja	→ Narzucone przez wizję kierunki i sposób działania
Wartości kluczowe	→ To, co łączy konsumenta z marką na poziomie podstawowym: filozofia, moralność sposób zachowania itp.
Wartości ekspresyjne	→ To, co marka mówi o konsumentcie, o jego płci, cechach charakteru, osobowości, statusie itp.
Wartości funkcjonalne	→ To, co marka czyni dla konsumenta, jakie daje korzyści funkcjonalne (skład, sposób użytkowania, efekty działania, koszt itp.)
Obszar kompetencji	→ Zamierzony zasięg marki (jakie grupy produktów lub usług mają być objęte marką?)
Atrybuty	→ Cechy funkcjonalne produktu/ usługi
Sygnały marki (elementy identyfikujące markę)	Nazwa, kolor, kształt , opakowanie produktu itp.




ECCO**Opis**

Wizja	—————>	Wszystko zaczyna się od stopy. Tworzenie butów, które pasują do stopy. Stopy same w sobie mają idealny kształt i gdyby to one mogły decydować poprosiłyby o doskonale dopasowane buty...
Misja	—————>	Najbardziej komfortowe miejsce na świecie
Wartości kluczowe	—————>	Komfort, trwałość, zadowolenie
Wartości ekspresyjne	—————>	Stylowy, innowacyjny, odpowiedzialny
Wartości funkcjonalne	—————>	Naturalne, wygodne, innowacyjne, trwałe
Obszar kompetencji	—————>	buty
Atrybuty	—————>	Wysoka jakość, trwałość, wygoda

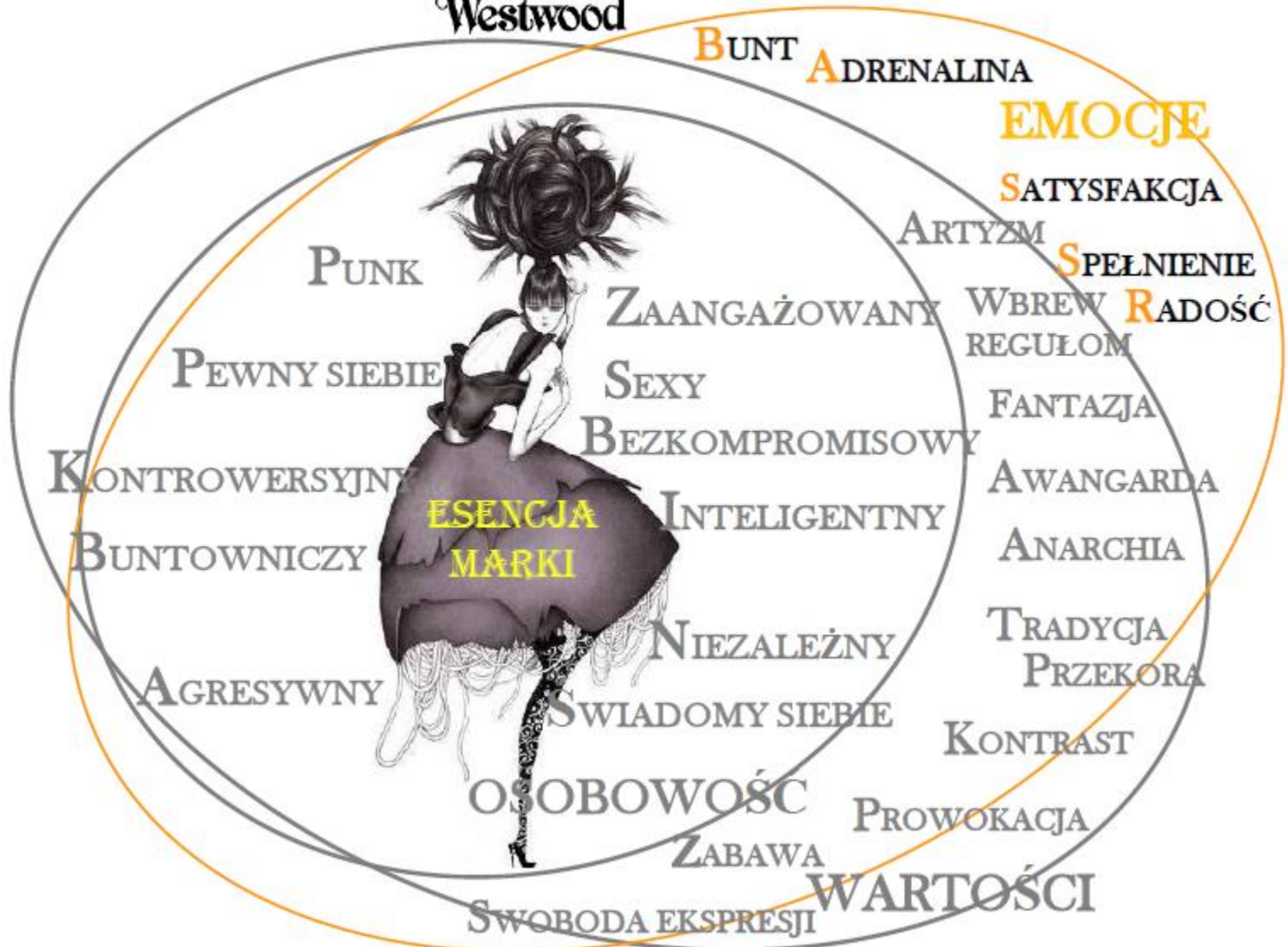
Sygnaly marki (elementy identyfikujące markę)



Elementy tożsamości marki

Marka	Pozycjonowanie	Osobowość	Tożsamość marki
Harley Davidson 	najbardziej autentyczne doświadczenie z motocyklem	zaufany przyjaciel i kompan, z pewną dozą „macho”	dumna, oryginalna, wyłącznie amerykańska tradycja dobrej jakości
Gap 	miejsce, gdzie można kupić rzeczy pasujące do indywidualnych gustów	modne, „luźne”, bezpośrednie, godne zaufania	odzwierciedlenie tego, kim jestem i kim chciałbym być
Honda 	bardziej zaawansowana od rywali	przyjazna, „dowcipna”, wyrafinowana, ale w „zwyczajny” sposób	usłużny samochód, który pomaga nie komplikując życia


Vivienne
Westwood



Silna marka czyli co?

Marka z pasją (Edwards, Day 2005)

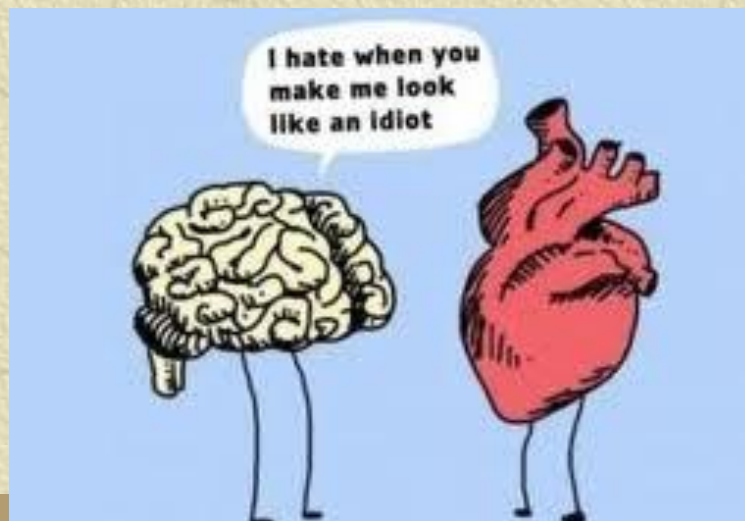
Marka kultowa (Ragas, Bueno 2002;
Heath 2007)

Lovemark (Roberts 2005)

Marka inspirująca (Sinek 2009)

✦ Zasadnicza różnica pomiędzy emocjami a rozumem sprowadza się do tego, że emocje prowadzą do działania, a rozum do konkluzji

Donald Calne



Marki z pasją (Edwards, Day)

✦ Wiara marki (w to co robi)

Chcemy uporządkować światowe informacje



✦ Poszukiwanie własnego „ja”



Marka kultowa

S simple prosty pomysł

U unexpected zaskakująca

C concrete konkretna – łatwo zrozumieć i
zapamiętać

C credibility wiarygodna

E emotion oparta na emocjach

S stories oparta na narracji

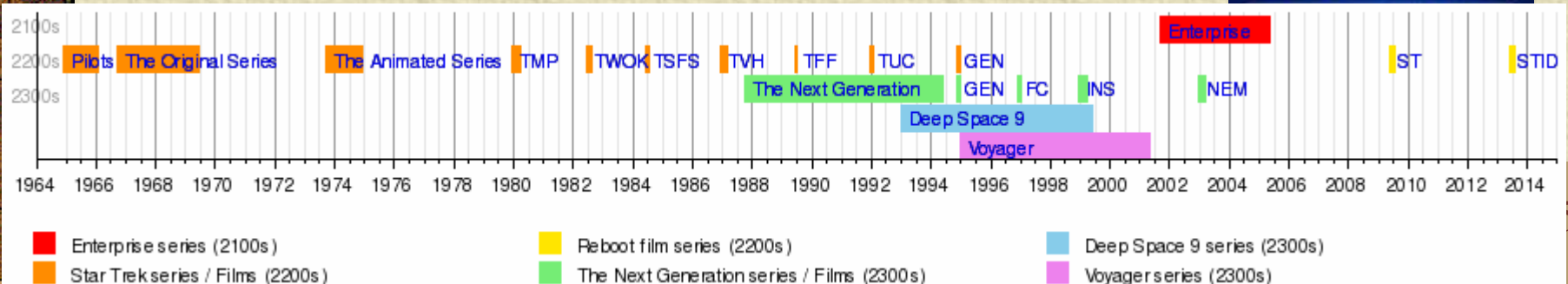
✦ Klient chce należeć do grupy, która jest inna od wszystkich

✦ Twórców kultowych marek cechuje odwaga i determinacja

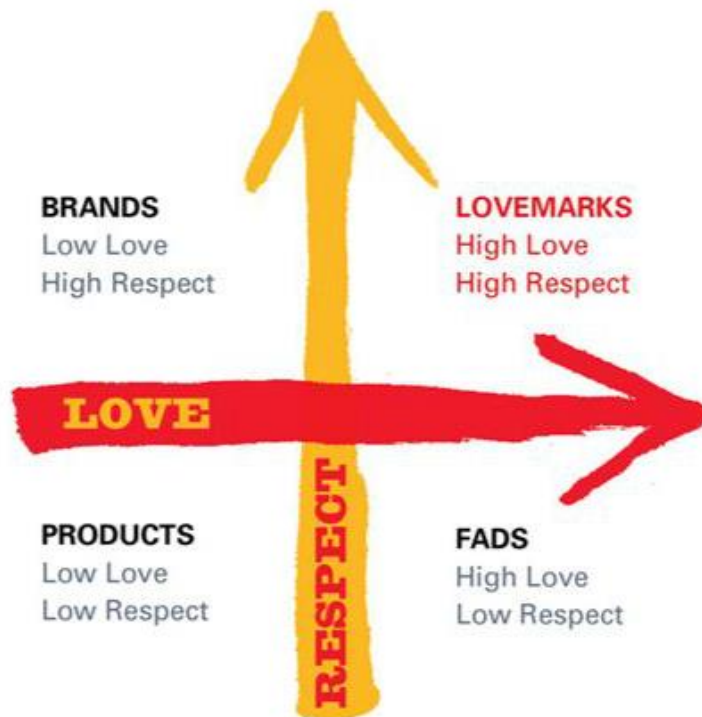
✦ Kultowe marki sprzedają styl życia

✦ Stwórz ewangelistów

✦ Kultowe marki tworzą społeczności

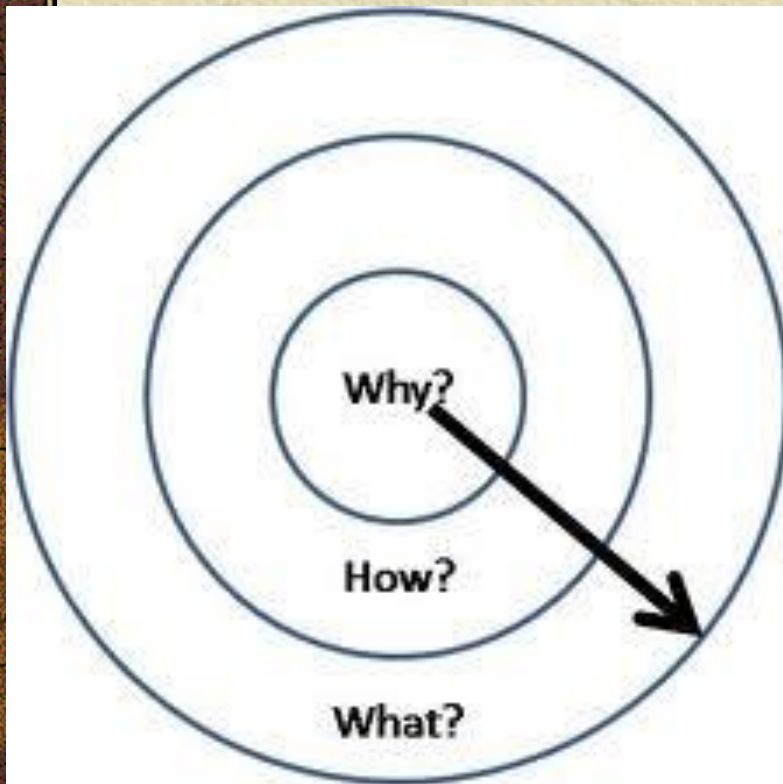


Lovemark



- Tajemnica
 - Opowieści
 - Marzenia
 - Mity i ikony
 - Inspiracje
- Zmysłowość
 - Dźwięk
 - Obraz
 - Zapach, dotyk
 - Smak
- Intymność
 - Zaangażowanie
 - Empatia

Marka inspirująca (Sinek)



Golden Circle – Złoty krąg

**Ludzie nie chcą kupować tego co robisz.
Ludzie kupują to, dlaczego to robisz**

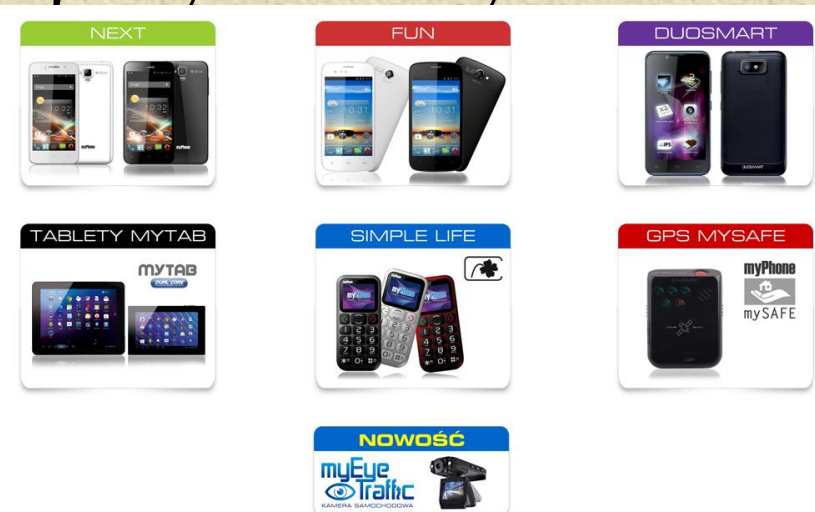


- ✦ Wytwarzamy świetne komputery.
- ✦ Są pięknie zaprojektowane, łatwe w użytku i przyjazne dla użytkownika.
- ✦ Chcesz kupić jeden?



- ✦ Poprzez wszystko to, co robimy, rzucamy wyzwanie status quo. Wierzymy w inne myślenie. Wyzywamy stałość rzeczy, tworząc pięknie zaprojektowane produkty: łatwe w stosowaniu i przyjazne dla użytkownika.
- ✦ Tak się stało, że produkujemy świetne komputery.
- ✦ Chcesz kupić jeden?

- ✦ Chcemy czynić technologię mobilną bardziej przyjazną ludziom
- ✦ Stawiamy na prostotę i wygodę obsługi oraz przystępną cenę
- ✦ Tworzymy i sprzedajemy telefony



Archetypy marki – w drodze do spójności celów i wizerunku (wewnątrz i na zewnątrz organizacji)

- ✦ Mędrzec - źródłem jego potęgi jest wiedza, którą chętnie Ci przekazuje (IBM)



- ✦ Władca - stoi na straży reguł i status quo (Mercedes)



✦ Czarodziej - jego potęgą jest wiedza, której do końca nie rozumiesz, aura tajemniczości (Walt Disney)



✦ Dusza towarzystwa/joker - jego siła to show – umie przekuć zwracanie uwagi w biznes (Coca-cola)



✦ Buntownik - rzuca wyzwanie utartym porządkom i dąży do zmiany (Diesel)



Archetypy

✦ Kochanek - bronią kochanków są obietnice – obietnice przyjemności dla wszystkich zmysłów (E. Wedel)



✦ Stwórca - woli pozostawać w cieniu rzeczy, które tworzy, niż stać w blasku jupiterów, Wyraża siebie. Jest niezwykły, wprowadza innowacje. Chce coś zostawić po sobie. (Lego)



Archetypy

✦ Bohater - jest zdolny do rzeczy niesamowitych, jeśli na końcu czeka fortuna i chwała. Podziw innych to siła, która go napędza (Nike)



✦ Odkrywca - z zasady nie chodzi utartymi ścieżkami. Ale to nie o zasady, ale o podróż mu chodzi (North Face)



Archetypy

- ✦ Towarzysz - zwykły człowiek, który woli pozostać w drugim szeregu, by bohater mógł spijać owoce sławy (Ikea)
- ✦ Opiekun - altruistycznie oddaje innym to, co sam ma najlepszego (Nestle, Volvo).
- ✦ Niewinna/y - zabiera Cię do świata wyidealizowanych wspomnień z dzieciństwa, kiedy wszystko było proste, jest uczciwy, autentyczny, szczer (Dove)



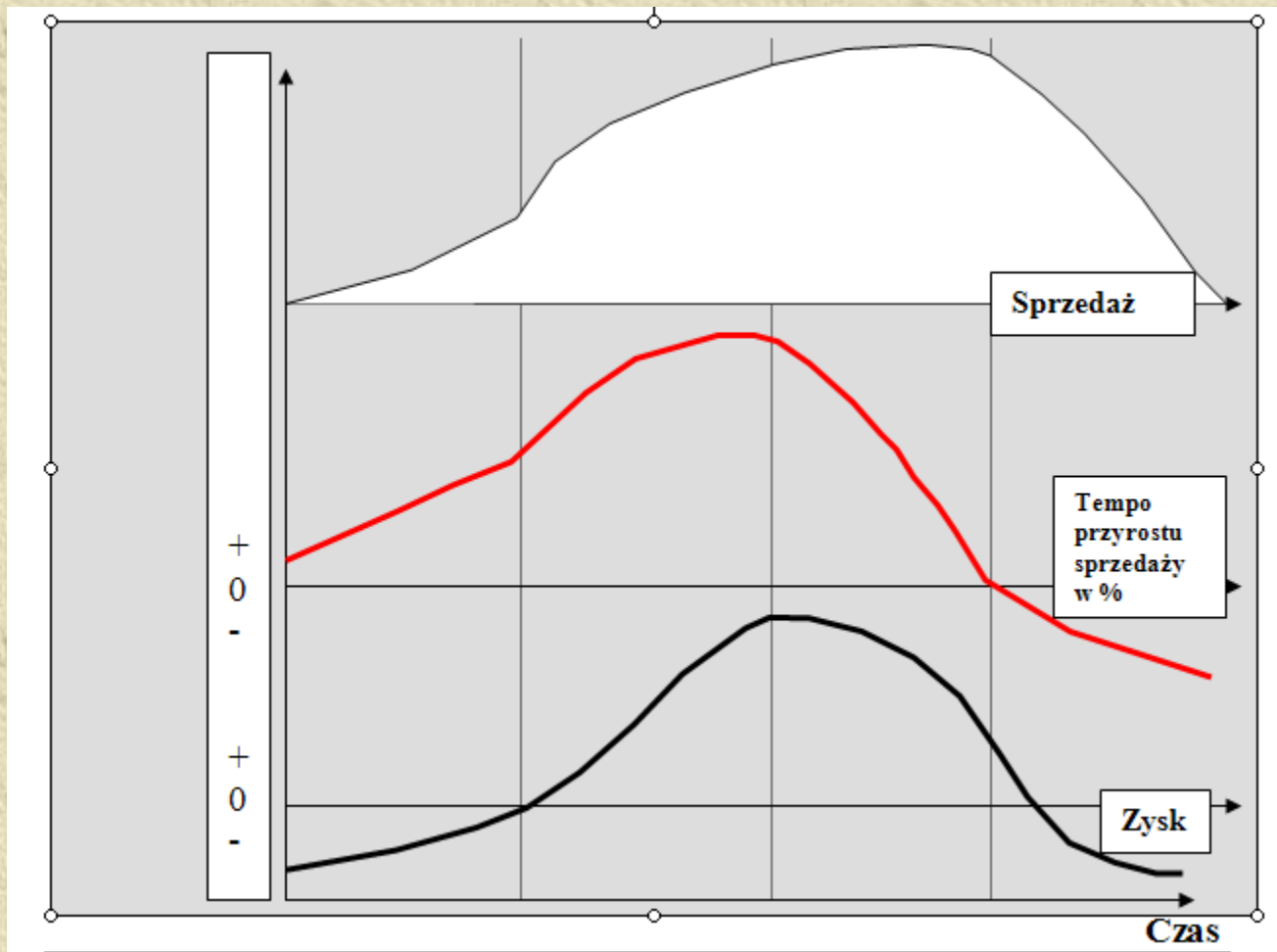
Strategia marki

- Strategia marki indywidualnej
- Strategia marki rodzinnej
- Strategia marek łączonych
- Strategia rozszerzania marki



107 206 207 308 3008 407 4007 807 Bipper Partner Expert Boxer

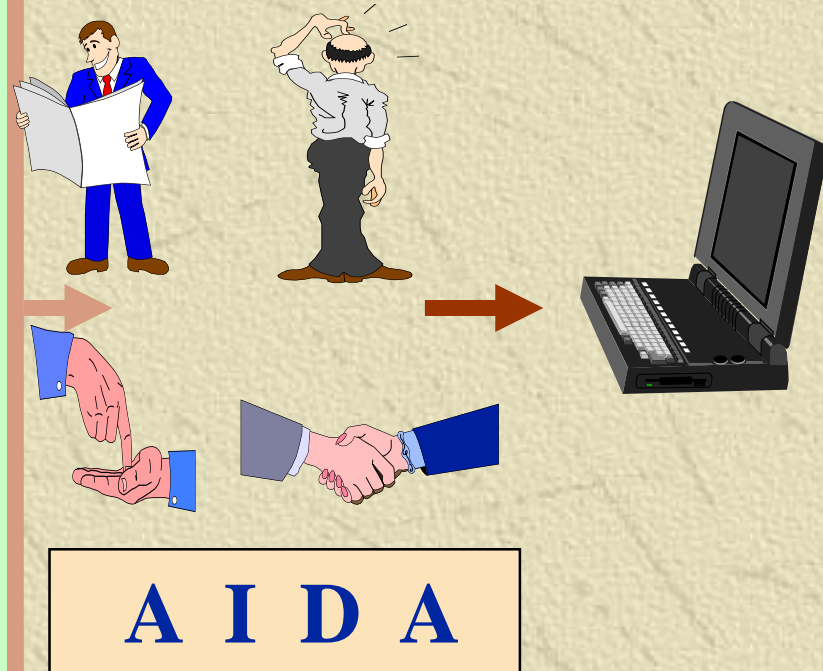
Cykl życia produktu



Wyszczególnienie	Wprowadzanie (I faza)	Wzrost (II faza)	Dojrzałość (III faza)	Spadek (IV faza)
Ilość podmiotów na rynku	jeden lub kilka	wiele wchodzących	niektóre wychodzą	wiele wychodzących
Stopa wzrostu sprzedaży	niska	najwyższa w całym cyklu	zniżkowa	ujemna
Koszty marketingu w % sprzedaży	wysokie	spadające	ustabilizowane lub rosnące	skromne
Koszty produkcji w % sprzedaży	wysokie	spadające	ustabilizowane lub spadające	skromne
Zysk	straty	rosnący	ustabilizowany lub malejący	niski do strat
Cele marketingu	uzyskanie akceptacji na rynku	zdobycie maksymalnego udziału w rynku	utrzymanie uczestnictwa w rynku	stopniowa likwidacja przy minimalizacji kosztów

Komunikacja marketingowa – czym jest?

- Reklama
- Sprzedaż osobista
- Promocja sprzedaży
- PR
- Sponsorowanie
- Komunikacja nieformalna



Instrumenty komunikacji marketingowej

Reklama ✦ płatna i bezosobowa forma promocji

Sprzedaż osobista ✦ osobiste polecenie oraz sprzedaż dóbr i usług przez przedstawiciela firmy w celu nakłonienia potencjalnego nabywcy do dokonania zakupu i wynegocjowania warunków

Promocja sprzedaży

polega na zastosowaniu dodatkowych bodźców zachęcających do dokonania zakupu produktu lub skorzystania z usługi uatrakcyjnających towar

Sponsorowanie

- ✦ angażowanie przedsiębiorstwa przez środki (finansowych, rzeczowych, usług) we wspieranie różnorodnej działalności dla osiągnięcia określonych celów marketingowych (np. poprawa wizerunku, zauważalność marki)

PR

- ✦ ogół działań związanych z utrzymaniem jak najlepszych stosunków przedsiębiorstwa z otoczeniem

Komunikacja nieformalna

- ✦ wykorzystywanie w działaniach komunikacji marketingowej przepływu informacji drogą ustną lub internetową pomiędzy uczestnikami rynku (głównie konsumentami) dotyczących produktów i usług poprzez ich odpowiednie stymulowanie i modyfikowanie.

Funkcje i cele komunikacji marketingowej

Funkcje:

- ✦ informacyjna
- ✦ wspierania procesów sprzedaży

Cele:

- ✦ rozszerzenie znajomości produktu lub firmy wśród potencjalnych nabywców podczas poszczególnych faz procesu zakupu
 - informowanie o cechach oferowanego produktu lub usługi
 - działania przypominające o istnieniu produktu lub usługi
 - działania redukujące zjawisko dysonansu pozakupowego
- ✦ skłonienie do zakupu poprzez proces komunikowania się z otoczeniem

Uwarunkowania decyzji dotyczących komunikacji marketingowej

Postępowanie nabywców na rynku

- Rodzaj zaspokajanych potrzeb
- Odczuwane ryzyko
- Potrzeba informacji (zakres i poziom szczegółowości)

Stosunek nabywców do promocji

- Preferowane formy komunikacji przekazu informacji i stosowanych zachęt
- Zaufanie do nośników informacji

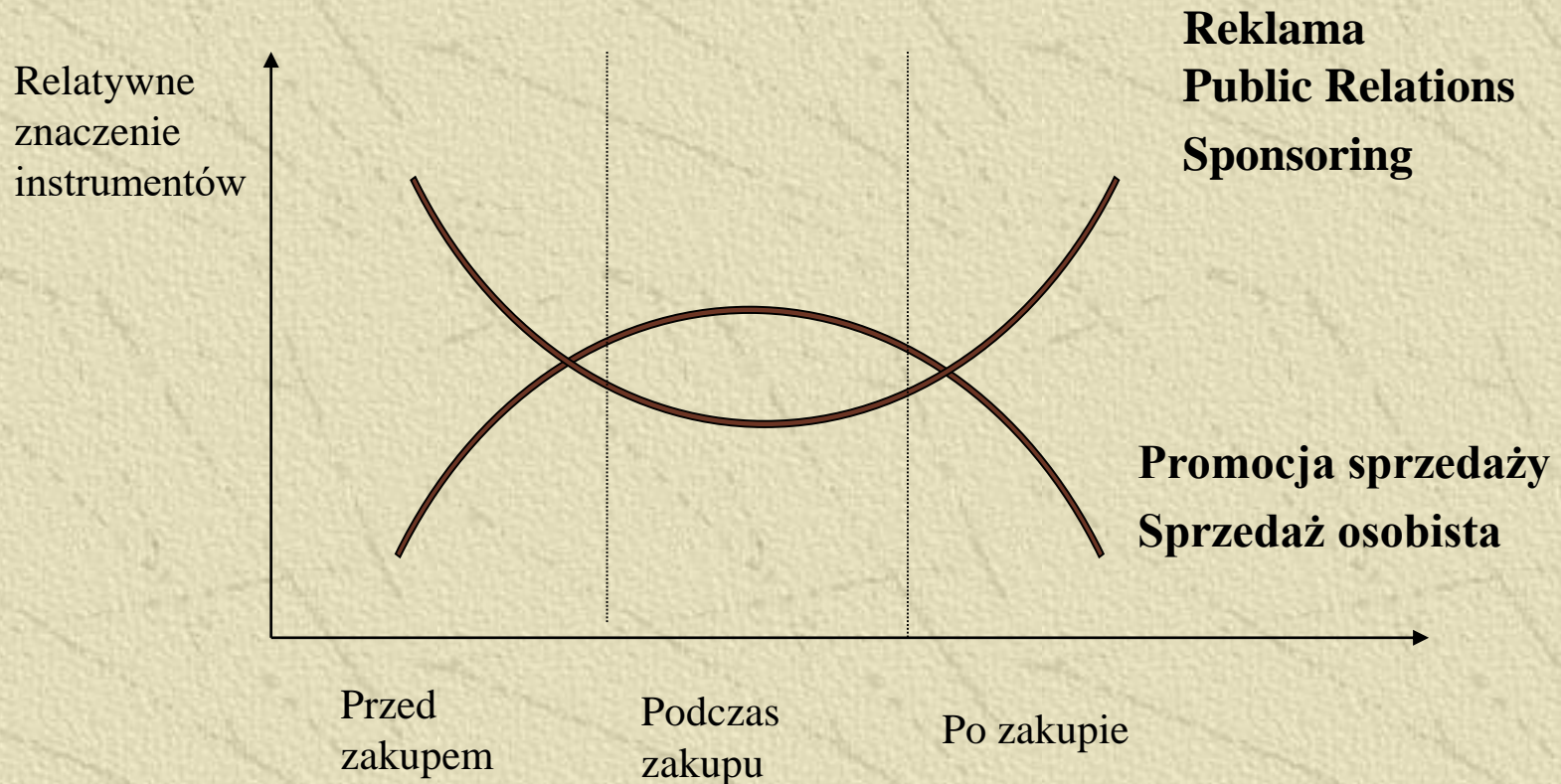
Uwarunkowania prawne

- Ograniczenia dotyczące działań promocyjnych
- Ograniczenia dotyczące wykorzystywania wybranych nośników informacji
- Ograniczenia dotyczące treści

Uwarunkowania społeczno-kulturowe

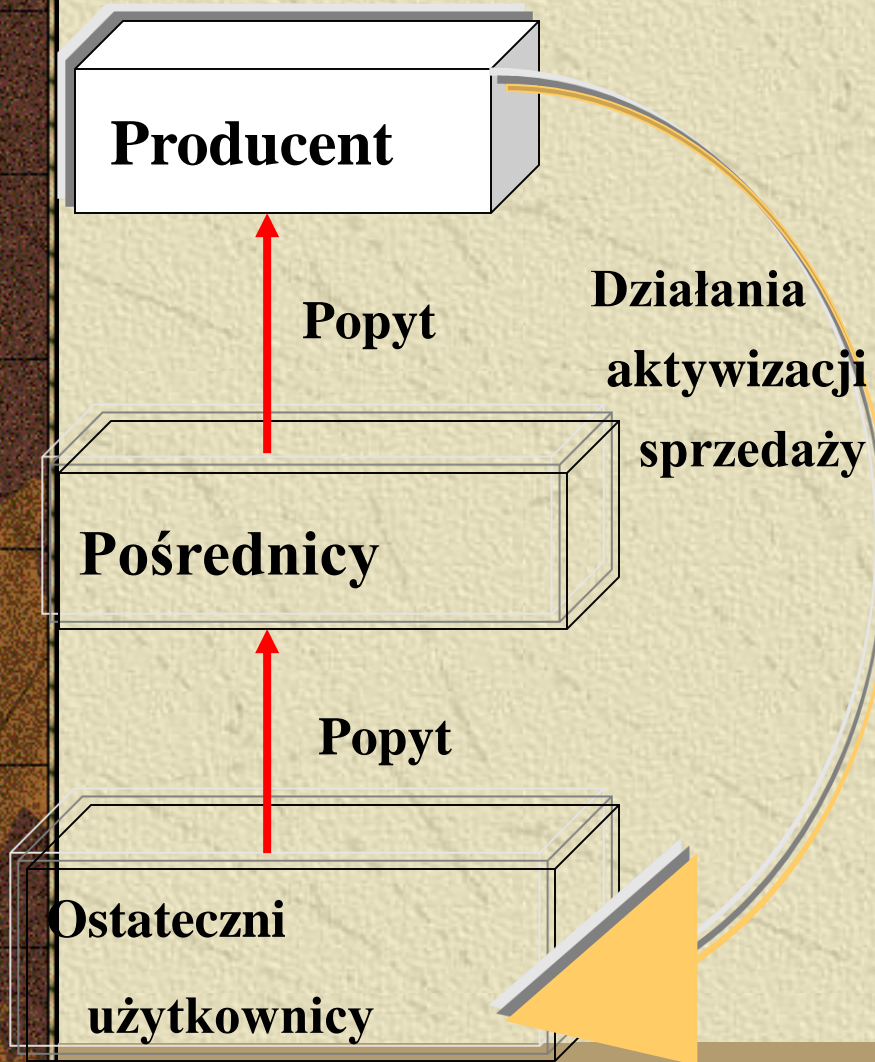
- Konwencje kulturowe
- Hierarchia wartości
- Wymogi i ograniczenia

Komunikacja marketingowa a zakup

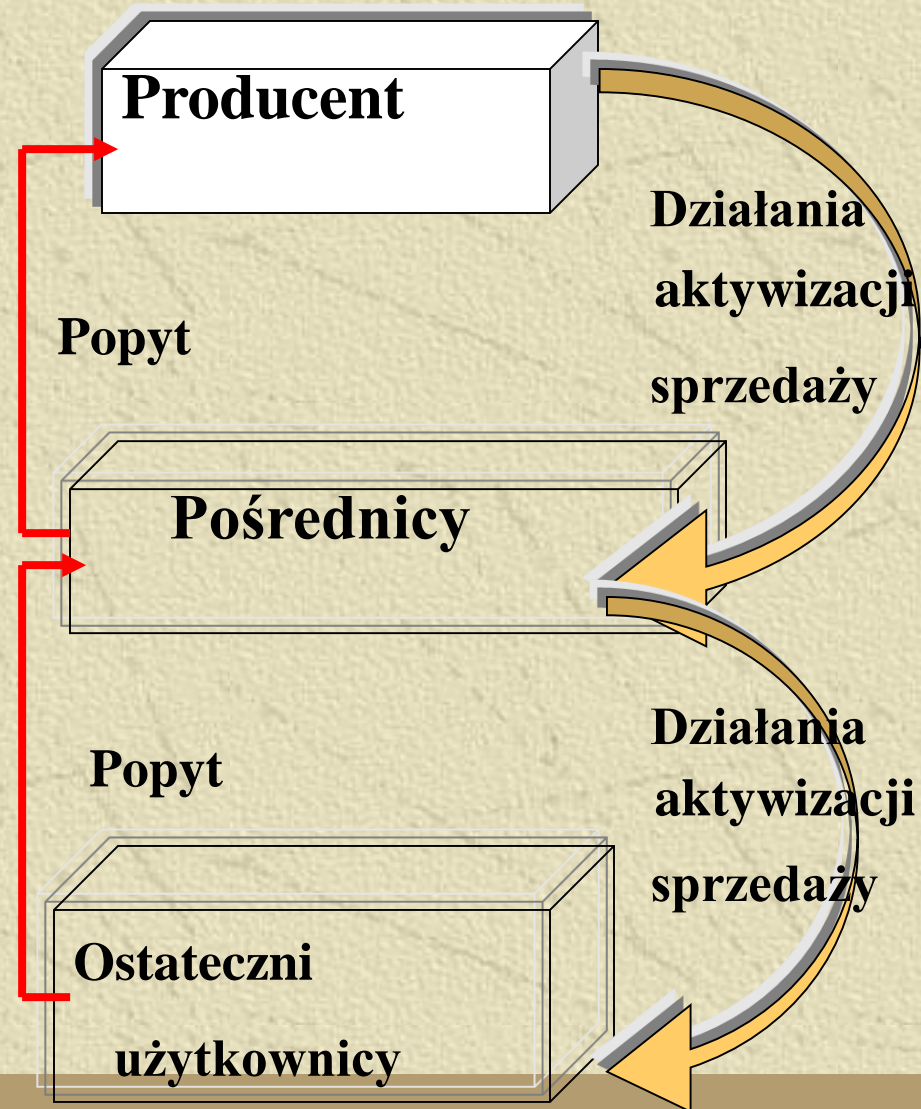


Porównanie strategii komunikacji

Strategia „PULL”



Strategia „PUSH”



Etapy zarządzania komunikacją marketingową

1. Analiza sytuacji

2. Identyfikacja odbiorcy i celu

3. Wybór apelu promocyjnego

3. Wybór kanału przekazu

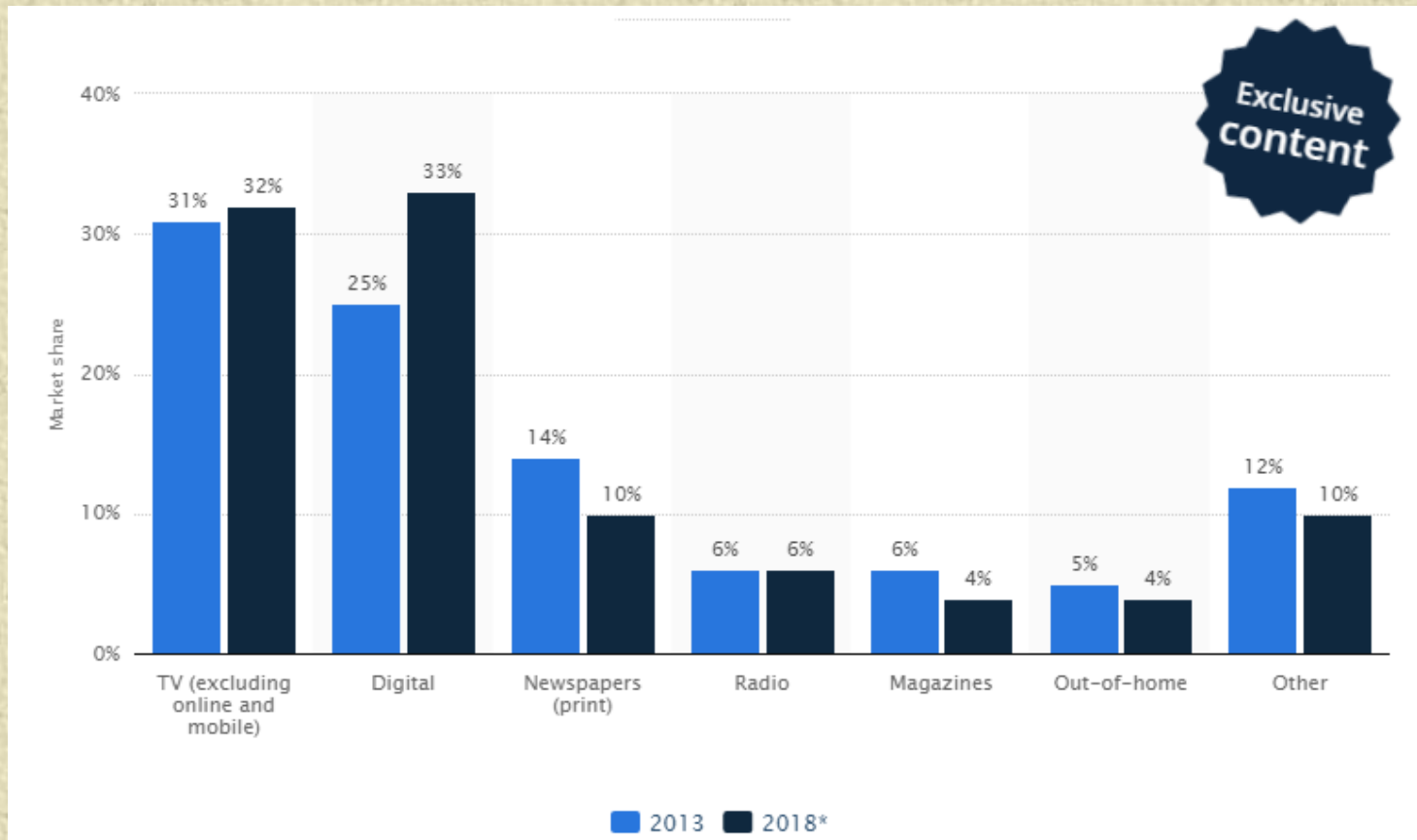
4. Określenie poziomu wydatków

5. Ocena i kontrola działań

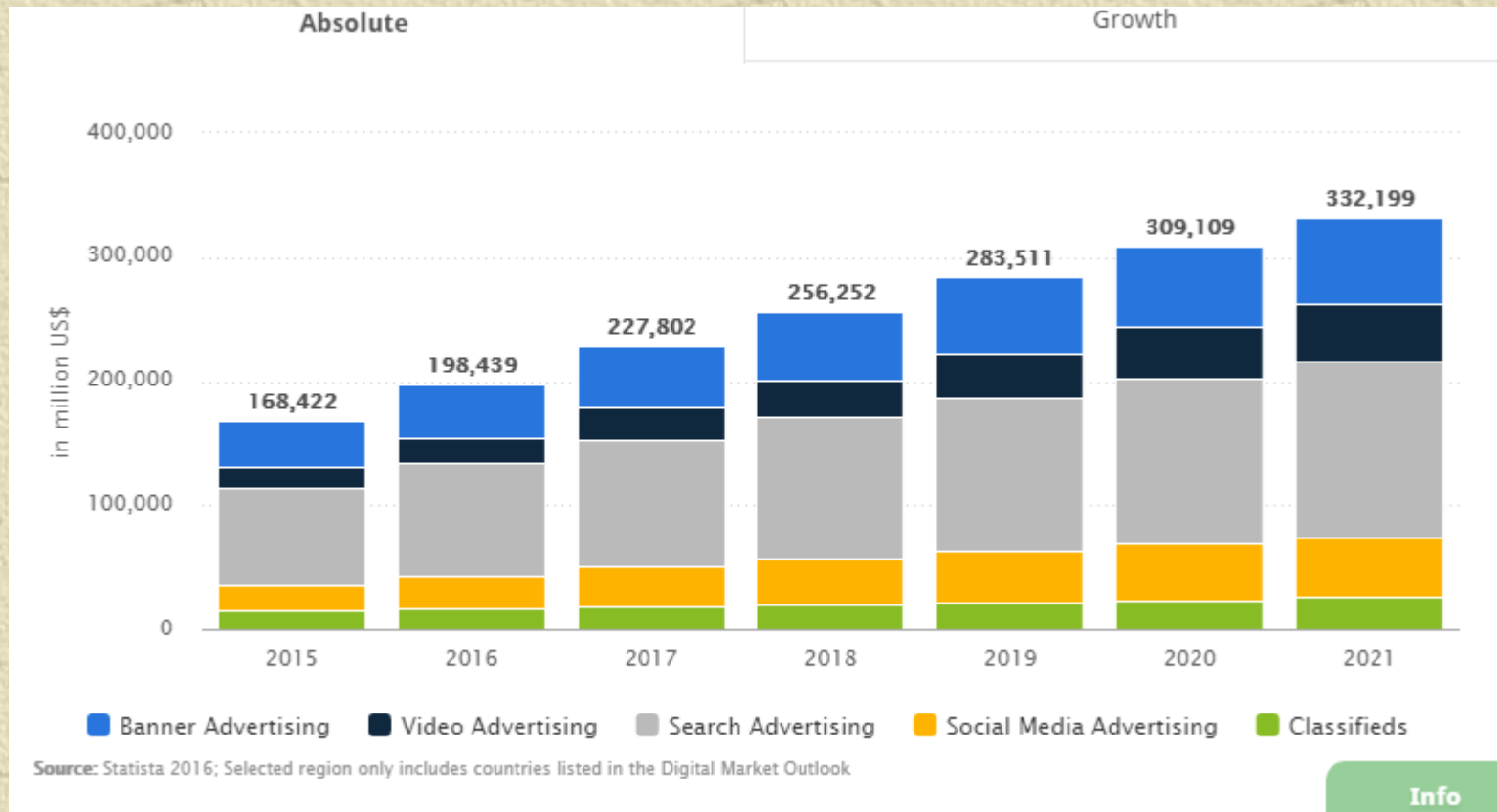
Media - zmiana

Paid		Owned		Earned	
Rich media	Online Display	Strony www	Mikrosajty	Blogi	UGC
Video	Mobile	Podcasty	Video	Buzz marketing	Marketing społecznościowy
In-game	Email	Mobile kontent	SEO	WoM	Brandowana komunikacja
SEM	SMS	Widżety	Advergaming		
		Email / SMS	RSS		
<i>TV</i>	<i>Radio</i>	<i>Prasa/ Broszury</i>			<i>PR</i>
<i>Kino</i>	<i>OOH</i>	<i>Customer service</i>	<i>Direct Mail</i>	<i>Word of mouth</i>	<i>Feedback konsumencki</i>
<i>In-store</i>	<i>Prasa</i>		<i>Eventy</i>		

Wydatki na reklamę



Reklama digital



DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W POSZCZEGÓLNYCH MEDIACH W POLSCE W 2017 ROKU



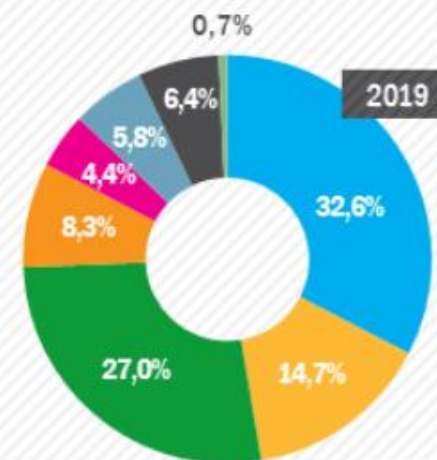
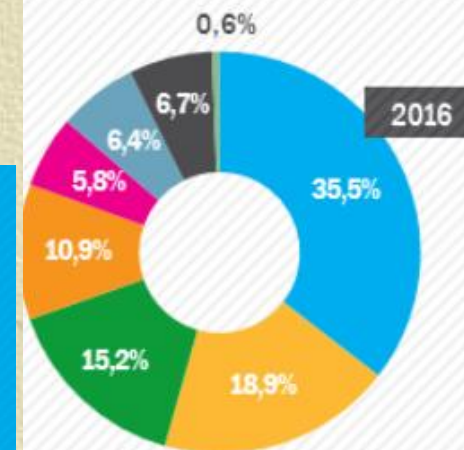
27 marca 2017

Zenith
The ROI Agency

Zenith optimedia

© Lechosław Garbarski
Jolanta Tkaczyk

UDZIAŁ MEDIÓW W GLOBALNYCH WYDATKACH (%)



- Telewizja
- Internet/desktop
- Internet/mobile
- Dzienniki
- Magazyny
- Radio
- Outdoor
- Kino

PODSTAWY MARKETINGU

Nowe i „nowe” narzędzia komunikacji

	Nowe narzędzia	Stare narzędzia
Nowe zastosowania	Internet Technologie mobilne AR	Ambient media Guerilla marketing Shockvertising Advertainment Ambush marketing
Stare zastosowania	Product placement Marketing wirusowy	Marketing szeptany Event marketing

Nośnikiem reklamy może być wszystko...



Na niebie



Pod ziemią



Pod wodą

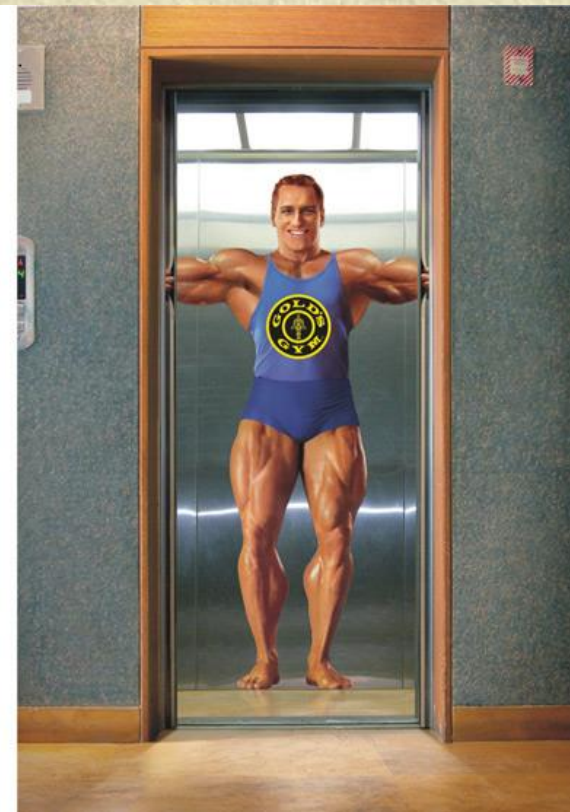
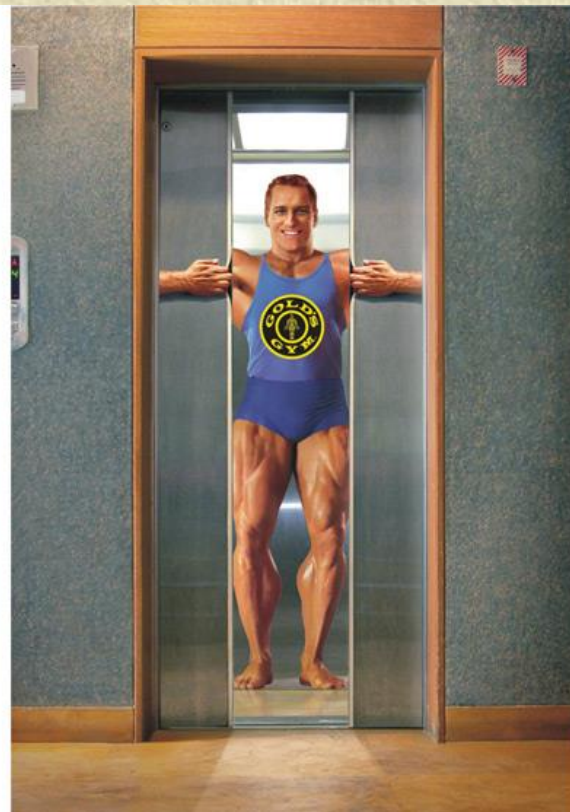
No prawie wszystko...















Kunststoff-Gesamte
Versicherungen

Dental implant insurance from €9.90 per month

☎ 0800 999 4420 (Freephone) or www.kqv.de



IKEA
BIGGER STORAGE IDEAS



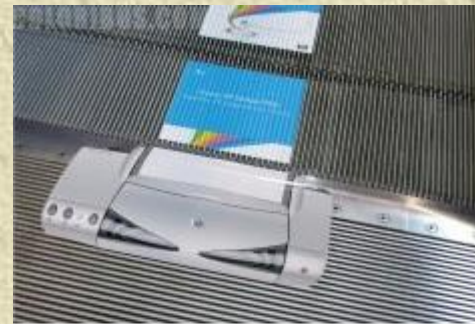
Advertising Agency : OGILVY Frankfurt, Germany
Creative Directors : Lars Huvart, Thomas Hofbeck
Copywriter : Lars Huvart
Art Director : Kerstin Eberbach
Art Buyer : Fabian Schrader
Account Supervisors : Marco Bisello, Sascha Riedel
Advertiser's Supervisor : Jens Helfrich
Graphic Design : Kerstin Eberbach















See how easy feeding the hungry can be?



Agency: DDB, Canada

https://www.youtube.com/watch?v=HwGJ5enp_5c

© Lechosław Garbarski
Jolanta Tkaczyk

PODSTAWY MARKETINGU

120















Quiksilver, Original Thinking - Wave.

Several posters inside, outside and on the ceiling of a bus shed created the illusion of riding a huge breaking wave. The bench inside the shed was replaced by a real surfboard.





© Lechosław Garbarski
Jolanta Tkaczyk







Let us keep on dreaming of a better world.











How is life for a shelter dog?



PROBLEM:
Given numerous programs available, many pet owners are unable to find just the right program for their pet.

SOLUTION:
An educational program is being developed to help pet owners find the right program for their pet.

RESULT:
The program will help pet owners find the right program for their pet. As a result of this, the program will be able to help pet owners find the right program for their pet. It will be able to help pet owners find the right program for their pet.







Odwrócone graffiti



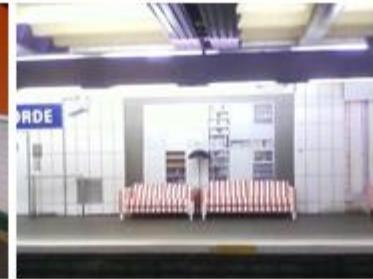
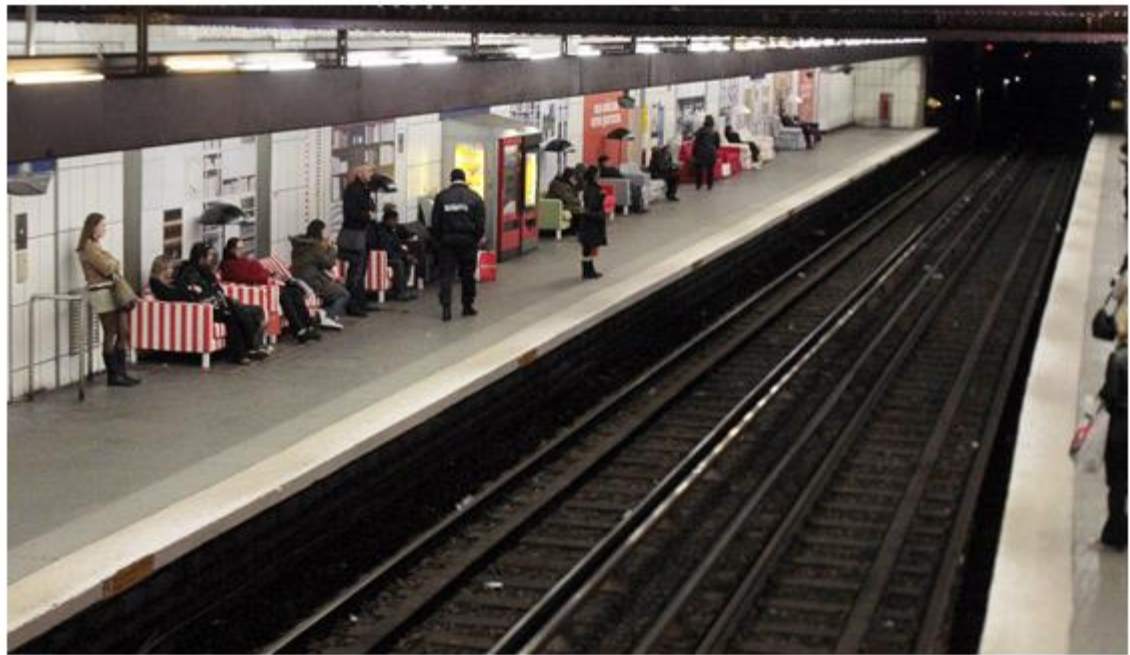








Quarta furniture installation placed on New York City park bench





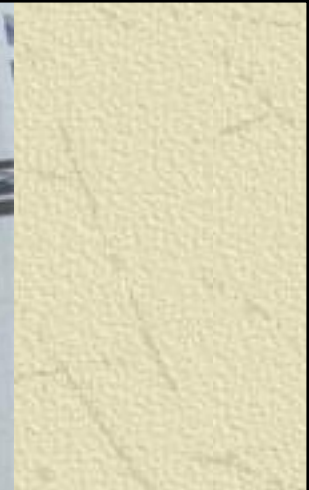


SUBWAY STATION BENCHES ARE INSTALLED IN REVERSE, FACING THE ADVERTISEMENT.









© Lechosław Garbarski
Jolanta Tkaczyk



Czy są jakieś ograniczenia?

- ✦ Międzynarodowe Targi Książki we Frankfurcie 2009
- ✦ 200 much z bannerami
- ✦ FILM



RTM/RTC

 **Ellen DeGeneres** 
@TheEllenShow

🌐  Follow

If only Bradley's arm was longer. Best photo ever. #oscars pic.twitter.com/C9U5NOtGap

👤 Reply 🔄 Retweet ⭐ Favorite ➡ More



RETWEETS 3,398,994 FAVORITES 1,968,618 

4:06 AM · 3 Mar 2014 [Flag media](#)

Retweeted by NASA

 **NASA Marshall News** @NASA_Marshall · Mar 14
Hey @TheEllenShow check out @nasa_marshall's media team and Ctr Dir Patrick Scheuermann w/ @NASA chief Charlie Bolden pic.twitter.com/ApwOrtghUJ



RETWEETS 643 FAVORITES 946 

10:33 PM · 14 Mar 2014 · [Details](#) [Flag media](#)

 [Colapse](#) [Reply](#) [Retweet](#) [Favorite](#) [More](#)



Popularność zyskał dzięki akcji Oreo



YOU CAN STILL DUNK IN THE DARK



SuperBowl 2013

...humor, pozytywne emocje, podtekst

 **Steve Rosenberg**
@BBCSteveR

Seeing double in the Gentlemen's Loo at the Olympic Biathlon Centre #Sochi
pic.twitter.com/a1HoiIU9zn

Reply Retweet Favorite More



RETWEETS 2,055 FAVORITES 469

 **Clorox** @Clorox Feb 7
@BBCSteveR Don't worry Comrade, we've got this. #SochiProblems
pic.twitter.com/X3XMAMnR4U

Details Reply Retweet Favorite More



RETWEETS 3 FAVORITES 7

Johnnie Walker
15 godz. · 🌐

Jedyny toast godny Mistrzów Świata. Keep Walking Polsko!



Lubię to! · Dodaj komentarz · Udostępnij

4 442 inne osoby lubią to. · Najpopularniejsze komentarze -

1 · Akcja Sprzątam
około godziny temu

Gratulujemy i dziękujemy naszym siatkarzom!



**MISTRZOWIE
PARKIETU!**

SIDOLUX®

4F 4F
15 godz. · 🌐

Aż iza się w oku kręci! WYGRALIŚMY!!!!!! 😊



Lubię to! · Dodaj komentarz · Udostępnij

7 870 innych osób lubią to. · Najpopularniejsze komentarze -

2 000 ponownych udostępnień

**MORE SATISFYING
THAN ITALIAN.**



SNICKERS

#LUISSUAREZ



SNICKERS® ✓

@SNICKERS

Follow

Hey @luis16suarez. Next time you're hungry just grab a Snickers. #worldcup #luisuarez #EatASNICKERS

4:26 PM - 24 Jun 2014

15,088 RETWEETS 6,185 FAVORITES





Dunkin' Donuts 

@DunkinDonuts



Follow

Doesn't matter if it's blue/black or white/gold, they still taste delicious.

[#thedress](#)





Tide 
@tide



 Follow

Looks like a problem when you don't use
Tide Plus ColorGuard. [#TheDress](#)
[#DressGate](#)



RETWEETS
10,696

FAVORITES
13,576





Burger King Polska

Food/Beverages · 107,777 Likes · 12 hrs · 🌐

 Like Page ▾

Ty też masz okazję zostać mistrzem 😊

244 Likes · 57 Comments · 2 Shares

Strzelec wyborowy



 *Nigdy nie jeżdżę po alkoholu*



Żywiec

Food/Beverages · 391,718 Likes · Yesterday at 9:48pm · 🌐

 Like Page ▾

Lewy ustrzelił piątkę, nam należy się przynajmniej czteropak 😊

2,255 Likes · 44 Comments · 79 Shares

Wakacyjne wspomnienia - San Escobar w CEWE FOTOKSIAŻCE

Reklama www.fotojoker.pl/fotoksiazka/z_wakacji ▼ 77 406 31 82

Stwórz fotoksiążkę z podróży po San Escobar. Dużo więcej niż tylko wspomnienia!

Pomoc Specjalistów FJ · Odbieraj w Całej Polsce · Gwarancja Satysfakcji

Typy: Fotoksiążka Duża, Fotoksiążka Kwadratowa, Fotoksiążka Mała, Fotoksiążka Mini, Fotoksiążk...

Wywołaj zdjęcia online · Prezent Idealny · Dla Babci i Dziadka · Fotoplakaty i Fotoobrazy

Ferie Zimowe w San Escobar? - Za Drogo, Wybierz Mazury

Reklama www.folwarklekuk.pl/Ferie_Zimowe/Mazury ▼ 600 931 848

Świetnie zorganizowane: animacje dla dzieci, atrakcje dla dorosłych. Zarezerwuj!

Warsztaty teatralne · Dzieci do lat 3 gratis · Własne lodowisko

Udogodnienia: Hotel przyjazny rodzinie, Komfortowe apartamenty, Restauracja, Wi-Fi, Pokoje z łazie...



ON ONA DZIECI AKCESORIA SALE MARKI

SZUKAJ | KONTO | 0,00 PLN

STRONA GŁÓWNA > PLNY SAN ESCOBAR T-SHIRT WHITE

P R E O R D E R



PLNY San Escobar T-shirt White

PLNY TEXTYLIA

NOWOŚĆ

Cena: **99,00 zł**

Wybierz rozmiar:

[Zobacz tabelę rozmiarów](#)

Wybierz ilość:

DODAJ DO KOSZYKA

OPIS PRODUKTU

PREORDER TRWA TYLKO DO NIEDZIELI 15.01.2017

God Bless San Escobar! Ścisłe limitowana koszulka z flagą najpopularniejszego kierunku wakacyjnego na świecie.

WYSYŁKA PREORDERU NA POCZĄTKU LUTEGO

Do każdej koszulki dodawany jest batonik Bounty

SZCZEGÓŁY

SHARE   

ZOBACZ WIĘCEJ:

- PLNY Textylia
- ON



KO
SZUL
KOWO



ZALOGUJ SIĘ

ROZMIARY
KONTAKT

W KOSZYKU:
0 RZECZY 0,00 zł

KATEGORIE

WSZYSTKIE KATEGORIE >

- DZIEŃ BABCI I DZIADKA
- SAN ESCOBAR
- IMPREZA
- JESTEM KOBIETĄ
- JESTEM FACETEM
- ŚMIESZNE
- GEEK&GAMES
- RODZINA
- MIŁOŚĆ
- HOBBY
- POPRAWNA POLSZCZYNA
- ZWIERZĘTA

WSZYSTKIE PRODUKTY

SORTOWANIE

Domyślnie ▼

RODZAJ

MĘSKI



BLUZA BEZ KAPTURA



T-SHIRT

DAMSKI

Strona główna / San Escobar

KATEGORIA

SAN ESCOBAR





WINICJATYWA



wina do 20 zł



najlepsze bąbelki!



wina marzeń



polskie wina

• Artykuły • Nasi autorzy • Szkoła Wina • Degustacje • Mapa sklepów • Blogi o winie • Kontakt •

Google™ Twoja wyszukiwarka

twitter

#ABCwina: Pikes Riesling The Merle 2015 – Wino na weekend: wyśmienity Riesling z...
Australii! ift.tt/2ik2USb

facebook

twitter

Google+

YouTube



Maciej Nowicki
12 stycznia 2017

Poleć: [f](#) [t](#) [G+](#) [v](#) [e](#)

San Escobar

42 [f](#) 1.0k

San Escobar Duele El Corazón 2013

Komentarze →



Absolutna premiera. © Maciej Nowicki.

The image shows a Facebook post from the page 'runandtravel.pl'. The profile picture is a red square with the text 'RUN AND TRAVEL' in white. The page name is 'runandtravel.pl' with the handle '@pl.runandtravel'. The navigation menu includes 'Strona główna', 'Informacje', 'Zdjęcia', 'Osoby, które to lubią', 'Wydarzenia', and 'Filmy'. The post itself is from 6 hours ago and contains the following text: 'Zasypywani jesteśmy pytaniami o to czy na San Escobar są organizowane biegi. Tak biegi są. Najpopularniejszy jest SanEscobarMarathon na 10 km. #SanEscobar'. Below the text is a photograph of a large crowd of runners at the start line of the San Escobar Marathon, with a 'Start' banner in the background.

facebook.com

The image shows a Facebook page for 'Pardon, To Tu'. The profile picture is a red square with the text 'PARDON, TO TU' in white serif font, and below it, 'Live Venue - Record Store - Bookstore' in a smaller white font. The page name is 'Pardon, To Tu' with the handle '@pardontotu'. A navigation menu on the left includes: Strona główna, Informacje, Wydarzenia, Kup bilety, Osoby, które to lubią, Zdjęcia, Recenzje, and Newsletter.

The main content area shows a post from 'Pardon, To Tu' that says: 'Udało się, nowy Pardon, To Tu otwieramy w Al Pacino. Dzień Dobry.' The post includes a map of 'La República Democrática Populr de San Escobar' (note the typo 'Populr'). The map shows the flag of San Escobar (a red triangle with a yellow star, a green triangle, and a blue triangle) and labels several locations: Ciudad Poluca, Senderos, Santo Subito, Dos Rios, Ucheloda, and Frontera. The map also shows a river and a coastline.

facebook.com

Transfery. Reprezentant San Escobar w klubie Ekstraklasy

red 12 stycznia 2017 AKTUALIZACJA: 12 stycznia 2017 12:15

GOL24



Transfery. Reprezentant San Escobar Pacomo (z prawej) zagra w klubie Ekstraklasy ©EastNews

Transfery. Reprezentant San Escobar w Ekstraklasie? To bardzo możliwe. Dziś rano dotarły do nas informacje, że 25-letni Joao Paco Morales, znany kibicom futbolu bardziej jako Pacomo, jest bliski podpisania kontraktu z klubem Ekstraklasy. Agent zawodnika na razie nie chce zdradzić, o którą drużynę chodzi.

Terminarz Ekstraklasy

Ekstraklasa		
21. kolejka		10 lutego, 18:00
RUCH CHORZÓW	- -	CRACOVIA
21. kolejka		10 lutego, 20:30
LECH POZNAŃ	- -	BRUK-BET
21. kolejka		11 lutego, 15:30
GÓRNIK ŁĘCZNA	- -	ZAGŁĘBIE LUBIN
21. kolejka		11 lutego, 18:00
WISŁA KRAKÓW	- -	KORONA KIELCE
21. kolejka		11 lutego, 20:30
ARKA GDYNIA	- -	LEGIA WARSZAWA
21. kolejka		12 lutego, 15:30
WISŁA PŁOCK	- -	ŚLĄSK WROCŁAW
21. kolejka		12 lutego, 18:00
LECHIA GDAŃSK	- -	JAGIELLONIA

Więcej





skuldervarmer

1

2

3

LUDE
Skóra owcza, biały
159 PLN
Numer artykułu: 682 642 67
Włosa charakteryzuje się dużą zabrudzeniem
[Dowiedz się więcej](#)

1 ZAPISZ NA

Sprawdź dostępność w Twoim

Sklep: Wybierz

Cena w sklepie może się różnić od

Wzrostki zwracania produktów



HODOR
\$1.29

Hodor natural door stopper, wood
#holdthedoor, #rgoerichdkoller

It's okay Brazil,
there's always
another cup.

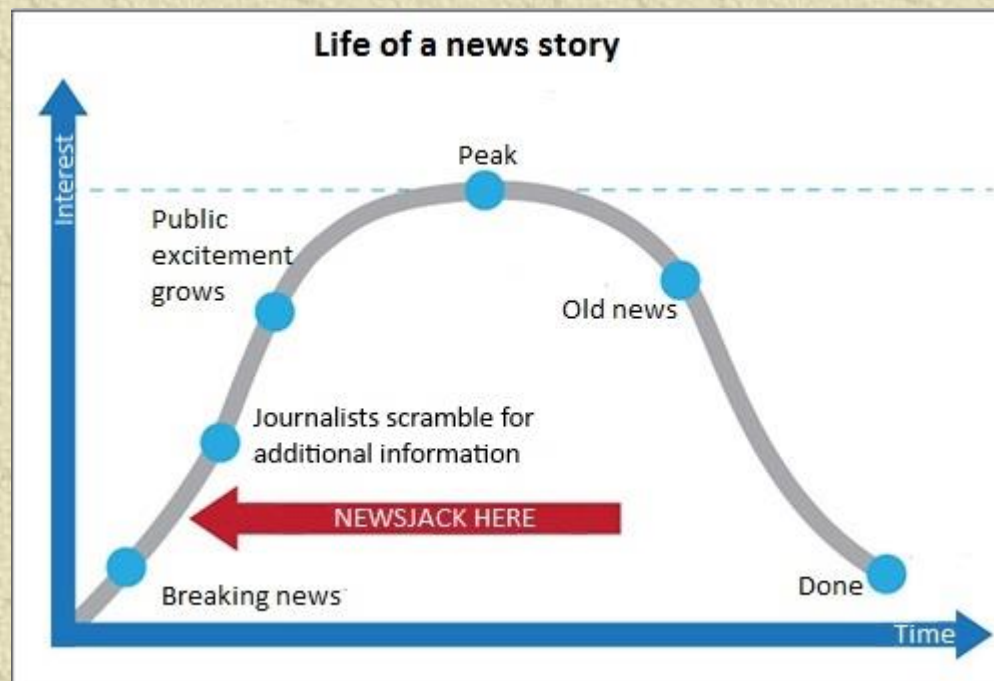


IKEA 365+
Coffee cup and saucer, white
\$4.50



RTM

✦ Liczy się refleks





KOCI AZYL - Fundacja Św. Franciszka

22 czerwca o 11:30 · €

POTRZEBNA POMOC!!!

Zwracamy się z ogromną prośbą do wszystkich sympatyków zwierząt o pomoc w uzyskaniu pralki dla naszego Azylu oraz karmy mokrej i suchej dla naszych podopiecznych. Sprawa jest tym bardziej pilna, że jak co roku o tej porze mamy bardzo dużo porzuconych malutkich zwierzątek, w wieku od 2 tygodni do 3 miesięcy, w tym 2 mioty znalezione w workach – w lesie i na polu. Szczególnie tacy podopieczni Fundacji wymagają opieki i wyjątkowego przestrzegania higieny, czystości oraz leczenia i zapewnienia dobrego wyżywienia. Jeżeli komuś zbywa taki sprzęt lub może pomóc w uzyskaniu karmy, polecamy się bardzo gorąco. Będziemy niezmiernie wdzięczni za pomoc!




👍 Lubię to!

💬 Komentarze

➦ Udostępnij





Bosch Home  Los zwierząt jest nam bliski, dlatego z chęcią przekazemy pralkę, a także odkurzacz, który pomoże Wam uporać się z wszędobylską sierścią. 😊 Mamy też sporo chętnych rąk do pracy, więc w ramach wolontariatu w naszej firmie, chętnie przyjedziemy, aby pomóc Wam w codziennych obowiązkach. Prosimy o kontakt w wiadomości prywatnej! 😊

Lubię to! · Odpowiedz ·    2 tys. · 23 czerwca o 16:22

↪ Wyświetl wcześniejsze odpowiedzi



KOCI AZYL - Fundacja Św. Franciszka Byłoby cudownie!!! Bardzo dziękujemy ❤️ Wkrótce się z Państwem skontaktujemy 😊 😊 😊

Lubię to! · Odpowiedz ·   20 · 23 czerwca o 18:03



Weronika Fert super! 😊 Taki PR jest 100 razy lepszy niż płacenie olbrzymich pieniędzy celebrytom których większość ma już dość i nijak nie zachęcają do zakupu.

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 11 · 20 godz.



Dawid Rodrigezz Zdecydowanie przy kolejnym zakupie sprzętu AGD przeglądane się w pierwszej kolejność Waszej ofercie.. szacun. Tak niewiele a tak wiele!

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 39 · 22 godz.



James Owca Siemiatkowski Wow, Bosch umie w PR 😊 Dobra robota !

Lubię to! · Odpowiedz · 👍❤️ 39 · 23 czerwca o 16:41



KOCI AZYL - Fundacja Św. Franciszka

June 22 at 11:30am · 🌐

POTRZEBNA POMOC!!!

Zwracamy się z ogromną prośbą do wszystkich sympatyków zwierząt o pomoc w uzyskaniu **pralki** dla naszego Azylu oraz karmy mokrej i suchej dla naszych podopiecznych. Sprawa jest tym bardziej pilna, że jak co roku o tej porze mamy bardzo dużo porzuconych malutkich zwierzątek, w wieku od 2 tygodni do 3 miesięcy, w tym 2 mioty znalezione w workach – w lesie i na polu. Szczególnie tacy podopieczni Fundacji wymagają opieki i wyjątkowego przestrzegania higieny, czystości oraz leczenia i zapewnienia dobrego wyżywienia. Jeżeli komuś zbywa taki sprzęt lub może pomóc w uzyskaniu karmy, polecamy się bardzo gorąco. Będziemy niezmiernie wdzięczni za pomoc!



Like Comment Share

Izabela Sękowska and 19 others

Chronological

Bosch Home 🌐 Los zwierząt jest nam bliski, dlatego z chęcią prześlemy pralkę, a także odkurzacz, który pomoże Wam uporać się z wszędziebyłką sierścią 😊. Mamy też sporo chętnych rąk do pracy, więc w ramach wolontariatu w naszej firmie, chętnie przyjedziemy, aby pomóc Wam w codziennych obowiązkach. Prosimy o kontakt w wiadomości prywatnej! 😊

Like Reply 13 · 16 hrs



Michal Sadowski

23 godz. w pobliżu Strzegom, Lower Silesian Voivodeship · 🌐

Bosch pozamiał. Swoim poziomem monitoringu oraz zaangażowania i odpowiedzi w komentarzu. Brawo! Link do oryginalnego wpisu: <http://bit.ly/2tF1NP4>

Lubię to! Komentarze Udostępnij

👍👎👤 3,1 tys.

156 ponownych udostępnień

51 komentarzy

Pokaż wcześniejsze komentarze

6 z 51



Marta Rokita Sylwia 😊 brawo Bosch!

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 2 · 12 godz.



Monika Nowacka No i tak się zdobywa klientów! Super! ❤️

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 1 · 11 godz.



Gabi Gwóźdź Sweet

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 1 · 10 godz.



Magdalena Kiljańczyk Gratulacje!

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 1 · 9 godz.



Paweł Dulski Brawo Bosch

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 1 · 7 godz.



Sabina Fajto Brawo Sebastian Kucharski!!! 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 🌐 1 · 6 godz.



Napisz komentarz...





Niby-Prasówka udostępnił(a) post użytkownika Michal Sadowski.
23 godz. · 🌐

Monitoring plus dobre serducho czynia cuda ❤️🐾



KOCI AZYL - Fundacja Św. Franciszka

June 22 at 11:30am · 🌐

POTRZEBNA POMOC!!!

Zwracamy się z ogromną prośbą do wszystkich sympatyków zwierząt o pomoc w uzyskaniu **pralki** dla naszego Azylu oraz karmy mokrej i suchej dla naszych podopiecznych. Sprawa jest tym bardziej pilna, że jak co roku o tej porze mamy bardzo dużo porzuconych małych zwierzątek, w wieku od 2 tygodni do 3 miesięcy, w tym 2 mioty znalezione w workach – w lesie i na polu. Szczególnie tacy podopieczni Fundacji wymagają opieki i wyjątkowego przestrzegania higieny, czystości oraz leczenia i zapewnienia dobrego wyżywienia. Jeżeli komuś zbywa taki sprzęt lub może pomóc w uzyskaniu karmy, polecamy się bardzo gorąco.

Będziemy niezmiernie wdzięczni za pomoc!





**KINOMANI Z ŁODZI
POZDRAWIAJĄ
AMERYKAŃSKĄ
AKADEMIĘ FILMOWĄ**

„Ida” w reż. P. Pawlikowskiego
- laureat Oscara w kategorii
Najlepszy Film Nieanglojęzyczny



**IDA Z ŁODZI
POZDRAWIA
OSCARA
Z LOS ANGELES**

Łódź - plan filmowy „Idy”
w reżyserii Pawła Pawlikowskiego

© Lechośław Garbarski
Jolanta Tkaczyk

PODSTAWY



foto: Michał Piotrowski

**FANI AEROSMITH
Z ŁODZI POZDRAWIAJĄ
HEJNALISTÓW Z WIEŻY
MARIACKIEJ**

Łódź, 12 czerwca 2014 r.

PROGRAM REGIONALNY
Łódźskie
Miasto Łódź
Urząd Miasta Łódź
Urząd Województwa Łódzkiego
Europejski Fundusz Regionalny

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską i Europejski Fundusz Regionalny.
Fundusze Europejskie dla naszego regionu Łódzkiego.

**FANI BLACK SABBATH
Z ŁODZI POZDRAWIAJĄ
ŚPIEWAJĄCYCH
POD PRYSZNICEM**

Łódź, 11 czerwca 2014 r.

PROGRAM REGIONALNY
Łódźskie
Miasto Łódź
Urząd Miasta Łódź
Urząd Województwa Łódzkiego
Europejski Fundusz Regionalny

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską i Europejski Fundusz Regionalny.
Fundusze Europejskie dla naszego regionu Łódzkiego.

**WEEKENDY Z ŁODZI
POZDRAWIAJĄ
ŚLĄSKIE FESTYNY**

PROGRAM REGIONALNY
Łódźskie
Miasto Łódź
Urząd Miasta Łódź
Urząd Województwa Łódzkiego
Europejski Fundusz Regionalny

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską i Europejski Fundusz Regionalny.
Fundusze Europejskie dla naszego regionu Łódzkiego.

**NOWA PIOTRKOWSKA
POZDRAWIA
LOKALNYCH SCEPTYKÓW**

PROGRAM REGIONALNY
Łódźskie
Miasto Łódź
Urząd Miasta Łódź
Urząd Województwa Łódzkiego
Europejski Fundusz Regionalny

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską i Europejski Fundusz Regionalny.
Fundusze Europejskie dla naszego regionu Łódzkiego.

**NOWA PIOTRKOWSKA
Z ŁODZI POZDRAWIA
STARE MIASTO
W WARSZAWIE**

PROGRAM REGIONALNY
Łódźskie
Miasto Łódź
Urząd Miasta Łódź
Urząd Województwa Łódzkiego
Europejski Fundusz Regionalny

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską i Europejski Fundusz Regionalny.
Fundusze Europejskie dla naszego regionu Łódzkiego.

Dziękuję!

jtkaczyk@rynkologia.pl

[Twitter.com/rynkolog](https://twitter.com/rynkolog)

www.rynkologia.pl