

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



TWORZENIE STRATEGII MARKETINGOWEJ W FIRMIE

dr hab. inż. Magdalena Ankiel, prof. UEP

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

24.11.2025 r.

Organizatorzy



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Czym jest marketing?

- Marketing to nie tylko promocja!
- Marketing to rozpoznanie potrzeb klienta, zaoferowanie produktu, który odpowiada klientowi
- Cel:
 - Zadowolony klient
 - Zysk przedsiębiorstwa

Dlaczego marketing?

- Ogromna konkurencja na rynku (wiele przedsiębiorstw)
- Ogromna ilość podobnych produktów
- Ogromna rzesza klientów
- Specyficzne wymagania klientów





Mnogość
produktów i
marek



Jak działa marketing?

- Marketing to sposób, w jaki firma:
- **tworzy produkty,**
- **mówi o nich ludziom,**
- **zachęca klientów do zakupu.**



Strategia marketingowa

Strategia to **plan**.

Tak jak w grze Minecraft musisz mieć plan, co budujesz, tak firma musi wiedzieć:

- Co chce sprzedać?
- Komu?
- Jak to pokaże?
- Dlaczego ktoś ma to kupić?

Firma bez strategii = bieganie po omacku.



Strategia marketingowa

1. Produkt (jakość, cechy, marka)
2. Cena (cena podstawowa, rabaty, obniżki cenowe)
3. Dystrybucja (miejsce sprzedaży - sklep – Internet)
4. Promocja

STRATEGIAA MARKETINGOWA W FIRMIE

PRODUKT



co firma sprzedaje?

CENA



ile to kosztuje?

PROMOCJA



jak firma mówi
o swoim produkcie?

MIEJSCE



gdzie można kupić
produkt?

Produkt - co firma sprzedaje?

LEGO sprzedaje **klocki**, ale tak naprawdę: **zabawę i kreatywność**.

Kinder sprzedaje **jajka czekoladowe**, ale: **niespodziankę i emocje**.



Kim jest klient?

Klient to osoba, która:

- **chce** coś kupić,
- **może** to kupić,
- **potrzebuje** tego.

Firma musi poznać swojego klienta:

- co lubi,
- ile ma lat,
- co ogląda,
- co kupuje.



Cena – ile to kosztuje?

Cena musi:

- być odpowiednia do jakości,
- nie być za wysoka, żeby ludzie chcieli kupić,
- nie być za niska, żeby firma nie straciła.



Dystrybucja – gdzie będziemy sprzedawać?

Firma musi zdecydować:

- czy produkt będzie w sklepie stacjonarnym,
- czy w internecie,
- czy tylko w aplikacji.

Przykłady:

- Netflix → tylko online.
- Żabka → dużo małych sklepów, blisko szkoły i domu.
- LEGO → sklepy firmowe + Internet + zabawkowe.



Promocja – jak będziemy komunikować ten produkt?

- PROMOCJA (reklama w TV, Internecie)
- Influencerzy (TIKTOK, IG, FB)
- Promocje w sklepie



Strategia marketingowa - podsumowanie

- **Wymyślamy produkt** (np. baton energetyczny dla dzieci).
- **Badamy klienta** (co dzieci lubią? czekoladę? karmel? naklejki?).
- **Ustalamy cenę** (np. 2,50 zł).
- **Wymyślamy reklamę** (TikTok, YouTube, plakaty w szklach).
- **Sprzedajemy produkt w wybranym miejscu** (np. Żabka + sklepik szkolny).

