

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Marketing

### Tworzenie strategii marketingowej w firmie

Dr Iwona Czerska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
27 kwietnia 2026 r.



# Pytanie na start

---

Czym jest strategia marketingowa?



# Strategia marketingowa = plan działania firmy

Strategia pomaga odpowiedzieć: komu, co i jak chcemy zaoferować, żeby klient nas zauważył, zrozumiał i wybrał.

- dla kogo tworzymy ofertę
- co obiecujemy klientowi
- czym różnimy się od innych
- gdzie i jak będziemy mówić o marce
- po czym poznamy, że plan działa



# Po co opracowuje się strategię?

- żeby nie działać „na chybił trafił”
- żeby dobrze poznać klienta i jego potrzeby
- żeby mądrze wybrać pomysły i kanały komunikacji
- żeby odróżnić markę od konkurencji
- żeby sprawdzić, czy działania przynoszą efekt



**Strategia to kompas: pokazuje kierunek działania.**

# Krok 1. Poznaj klienta

**Najpierw tworzymy prostą personę klienta.**

- Kim jest i ile ma lat?
- Co lubi robić?
- Czego potrzebuje albo jaki ma problem?
- Co go zachęca, a co zniechęca?
- Gdzie szuka informacji: szkoła, sklep, internet, znajomi?



# Krok 2. Produkt i obietnica marki

Produkt to nie tylko rzecz. To rozwiązanie problemu, emocja albo wygoda.

**Obietnica marki: „Po zakupie klient będzie...”**

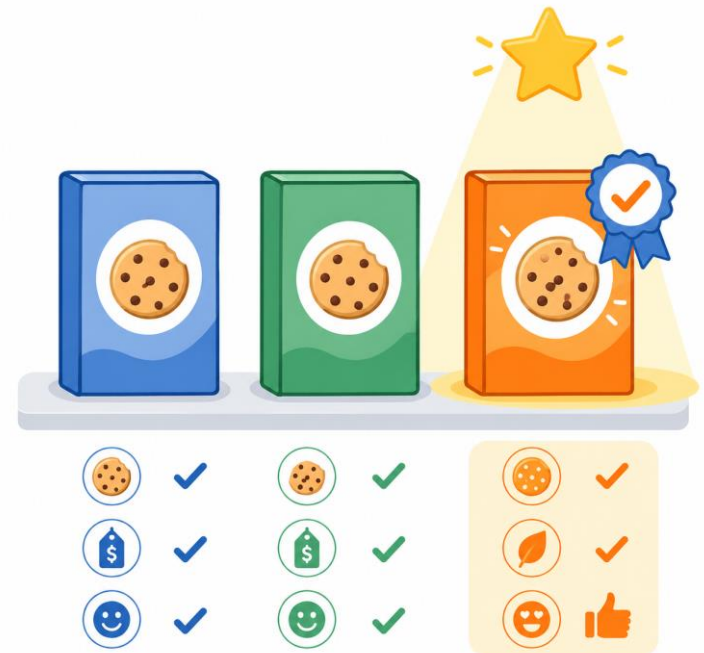
- zadowolony, bo...
- spokojniejszy, bo...
- szybszy / sprytniejszy, bo...
- dumny, bo...



# Krok 3. Konkurencja i wyróżnik

**Firma nie działa sama. Klient może wybrać wiele marek.**

- Kto oferuje coś podobnego?
- Co robi lepiej, a co gorzej?
- Dlaczego klient miałby wybrać właśnie nas?
- Wyróżnik marki to jedno mocne zdanie: „Jesteśmy inni, bo...”



# Krok 4. Miks marketingowy 4P

Cztery decyzje, które muszą do siebie pasować:

**PRODUCT**  
co oferujemy?

**PRICE**  
ile kosztuje?

**PLACE**  
gdzie kupić?

**PROMOTION**  
jak o tym mówimy?



# Krok 5. Komunikacja z klientem

**Komunikacja to sposób, w jaki marka mówi:  
„zobacz, rozumiem Cię i mam dla Ciebie coś  
wartościowego”.**

- jasne hasło
- język dopasowany do odbiorcy
- grafika i kolorystyka marki
- kanały: plakat, social media, wydarzenie, sklep, polecenia



# Jak sprawdzić, czy strategia działa?

**Strategia jest planem, ale trzeba obserwować wyniki i poprawiać działania.**

- Ile osób zauważyło markę?
- Ile osób kupiło lub zapytało o produkt?
- Jakie opinie zostawili klienci?
- Czy klienci wracają albo polecają markę?
- Co warto zmienić następnym razem?



# Szybkie podsumowanie: 6 pytań stratega

1. Kto jest naszym klientem?
2. Jaki problem rozwiązujemy?
3. Co obiecujemy klientowi?
4. Czym się wyróżniamy?
5. Gdzie dotrzemy do odbiorców?
6. Po czym poznamy sukces?



# Zadanie warsztatowe: strategia marki

**Jesteście zespołem w agencji marketingowej. Macie przygotować krótką strategię dla nowego produktu dla dzieci lub nastolatków.**

1. Wybierzcie produkt i nazwę marki.
2. Opiszcie klienta: kto to jest i czego potrzebuje?
3. Napiszcie obietnicę marki w jednym zdaniu.
4. Wskażcie wyróżnik: dlaczego klient wybierze Was?
5. Zaproponujcie 4P: produkt, cena, dystrybucja, promocja.
6. Przygotujcie 60-sekundową prezentację pomysłu.

