

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcý



Działania firm w internecie.

Jak powstają kampanie oraz dlaczego marketingowcy to straszni boomerzy.

Mateusz Roszkowski

Organizatorzy

Politechnika Białostocka
Wydział Inżynierii Zarządzania
 Data: 10.12.2022 r.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

1

Kim jestem i skąd wiem, o czym mówię?



Mateusz Roszkowski
 dyrektor kreatywny



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Wstęp. Nieszablonowość i odwaga działań



Dlaczego znacie się na marketingu internetowym lepiej od rodziców?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

3

Czym jest marketing? (w bardzo dużym uproszczeniu)



Marketing to wszelkiego rodzaju działania mające na celu zwiększyć sprzedaży produktu lub usługi

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

4

Marka




Czym jest marka?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

5

Marka



Oficjalnie:

Marka jest zjawiskiem psychologicznym i socjologicznym.
To koncept, skrót myślowy i rodzaj stereotypu.


Zestaw wrażeń, będący zbiorem bodźców wizualnym i werbalnych pozwalających wyróżnić produkt na tle pozostałych.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

6

Marka



Nieoficjalnie:

Marka to szuflada, w której trzymamy wszystkie skojarzenia.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

7

Marka



Co jest w szufladzie?



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

8

Szczególny rodzaj marki - marka osobista



?

?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

9

Szczególny rodzaj marki - marka osobista



To w jaki sposób
wyróżniasz
się na tle innych

To w jaki sposób
postrzegają Cię inni

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

10

Szczególny rodzaj marki - ćwiczenie 1



**Grupa wybiera influencera,
następnie zastanawiając się:**

- a) jakie 3 rzeczy wyróżniają go od innych
- b) jak jest postrzegany przez ich rówieśników
- c) jak może być postrzegany przez rodziców

10 minut

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

11

Marka




**Dlaczego zatem
wybieramy marki?**

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

12

Marka



Dlaczego zatem wybieramy marki?

Obiecują nam korzyści związane z ich wyborem - od korzyści funkcjonalnych produktu, po ciekawy lub wartościowy content w internecie czy kwestiach związanych samorealizacją czy uczuciami jakich doświadczamy obcując z marką.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

13

**Działania firm w internecie
trend video**



Zmierz ery słowa pisanego

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

14

Działania firm w internecie planowanie



**Przed wyruszeniem w
drogę należy zebrać
drużynę...**

...i przygotować plan.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

15

Działania firm w internecie planowanie



Strategia marketingowa

Czym jest, czy można działać bez niej,
jak ją zrobić oraz po co?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

16

Działania firm w internecie planowanie



Strategia marketingowa

Odpowiada na pytanie: „dlaczego”
Oznacza planowanie
Dotyczy skali makro
Jest trudna do skopiowania i długoterminowa

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

17

Działania firm w internecie planowanie



Taktyka marketingowa

Taktyka to działanie,
podpowiada nam jak mamy robić wyznaczone w
strategii rzeczy
Odpowiada na pytanie „jak”
Dzieje się w skali mikro i jest krótkoterminowa
Jest łatwa do skopiowania

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

18

Działania firm w internecie planowanie



Strategia a taktyka, w skrócie

Taktyka mówi nam co jak mamy zrobić kiedy jest coś do zrobienia, a strategia - mówi co mamy zrobić, kiedy nie ma nic do zrobienia.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

19

Działania firm w internecie planowanie



Jak przygotować strategię?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

20

Działania firm w internecie planowanie



Jak przygotować strategię?

Przygotuj brief
Dobierz zespół
Spotkanie zespołu debrief
Research badań
Burza mózgów i opracowywanie rozwiązań
Ustalenie terminów
Weryfikacja rezultatów

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

21

Działania firm w internecie planowanie



Brief - czym jest?

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

22

Działania firm w internecie planowanie



Badania w marketingu

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

23

Działania firm w internecie insight - ćwiczenie 2



Jaki produkt lub marka przychodzi Wam na myśl,
kiedy słyszycie:

- a) Uczniowie korzystają z telefonu w szkole najczęściej podczas długiej przerwy
- b) Co drugi przebadany gracz deklaruje, że idzie mu znacznie gorzej, jeśli nie zje drugiego śniadania
- c) 5/6 nastolatków czerpie informacje o świecie z TikToka

10 minut

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

24

Działania firm w internecie: insight



Insight - co to jest?

Mówiąc definicją: to jeszcze nieodkryta w kategorii prawda dotycząca relacji konsumenta z produktem, kategorią lub marką.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

25

Działania firm w internecie: insight



Insight - co to jest?

Mówiąc krótko: to spostrzeżenie zachowania związanego z produktem lub sytuacją.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

26

Działania firm w internecie: insight



Insight - rodzaje

Insight produktowy
Insight konsumencki
Insight mediowy

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

27

Działania firm w internecie: insight



Insight produktowy

Używany do tworzenia innowacji produktowych, dotyczy użytkowania kategorii, nawyków i barier.

Np. Podczas grania w gry wieloosobowe liczy się każda sekunda - dodatkowe przyciski na myszkach dla graczy

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

28

**Działania firm w internecie:
insight**



Insight konsumencki

dotyczący potrzeb konsumenta
i jego podejścia do życia, relacji, produktów

Np. jestem zły kiedy jestem głodna/-y

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

29

**Działania firm w internecie:
insight**



Insight mediowy

Dotyczący korzystania z mediów,
narzędzi i urządzeń.

Np. Często scrollujemy TikToka leżąc w łóżku

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

30

**Działania firm w internecie:
insight**



Insight z perspektywy klienta

Ekscytujący
Ważny
Odpowiedni
Prawdziwy

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

31

**Działania firm w internecie:
insight**



Insight z perspektywy marki

Rozwojowy
Odpowiedni
Zasięgowy
Długoterminowy

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

32

Działania firm w internecie insight - ćwiczenie 3



Wybierzcie rzecz lub przedmiot z której korzystacie
i przygotujcie do niej trzy insighty

15 minut

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

33

Działania firm w internecie czym są wartościowe treści?



Jeśli chcemy, aby internauta lub klient wybrał naszą
markę musimy dać mu **jakąś wartość**.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

34

Działania firm w internecie czym są wartościowe treści?



Mikromomenty

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

35

Działania firm w internecie czym są wartościowe treści?



Życie internauty składa się z **mikromomentów**.

Chcę wiedzieć np. „Najlepsze łyżwy dla początkujących”
 Chcę iść np. „Pizza Białystok”, „lodowisko Białystok”
 Chcę coś zrobić - np. „jak podłączyć telefon do telewizora”
 Chcę kupić - np. „Czarne łyżwy figurowe rozmiar 42”

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

36

Podsumowanie



**Dlaczego zatem
marketingowcy to
straszni boomerzy?**

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

37

Quiz




**Pytanie 1
Jakiego rodzaju
treści możemy dać
widzom będąc
youtuberem?**

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

38

Quiz




Pytanie 2
Czym jest marka?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

39

Quiz



Pytanie 3
Czym jest marka osobista?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

40

Quiz



Pytanie 4


Czym jest insight?

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

41

Quiz



Pytanie 4


Jakie są 3 rodzaje insightów?

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

42

Quiz




Pytanie 5
Czym są
mikromomenty?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

43

Quiz



Pytanie 6
Czym różni się
taktyka od strategii?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

44

Quiz



Pytanie 7 Na jakie pytanie odpowiada strategia marketingowa?

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL