

# Akademia Młodego Ekonomisty



## Trendy w marketingu

Jak będą nas kusić producenci w nieodległej przyszłości?

dr Marcin Haberla

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
28 października 2019 r.

Organizatorzy



# Marketing - co to jest?

„Zespół działań, jednostek organizacyjnych i procesów związanych z tworzeniem, komunikowaniem, dostarczaniem i wymianą ofert o określonej wartości dla nabywców, partnerów biznesowych i ogółu społeczeństwa.”

American Marketing Association



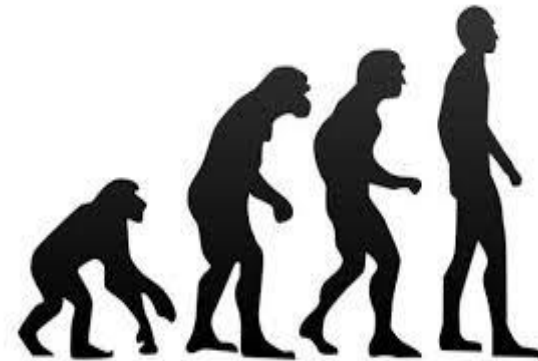
# Ewolucja marketingu

Era produkcji i produktu

Era sprzedaży

Era marketingu

Era marketingu społecznego



# Orientacje przedsiębiorstwa na rynku

Orientacja produkcyjna

Orientacja produktowa

Orientacja sprzedażowa

Orientacja marketingowa

Marketing społeczny

# Orientacja na klienta

- Łatwość i umiejętność słuchania klientów oraz uzyskiwania od nich informacji
- Kreowanie misji firmy na podstawie wartości istotnych dla klienta
- Kształtowanie oferty rynkowej dostosowanej do charakterystyki segmentów rynku
- Koncentracja na takiej jakości, jaka jest pożądana przez klienta
- Zapewnienie udziału wszystkich pracowników w kreowaniu rosnących wartości dla klienta. Tworzenie w przedsiębiorstwach służb pro konsumenckich
- Systematyczne mierzenie poziomu jakości świadczonych usług oraz poziomu satysfakcji klienta

# 4P marketing mix



# Kto to jest KLIENT?

## Kim jest lojalny klient?

Klienci są jedną z najważniejszych wartości jakie ma firma.

## Czym jest segmentacja?



# Potrzeby i ich analiza

## Skąd biorą się trendy?



shutterstock.com • 369907340







# Jaki będzie klient przyszłości

Wymagający

Bardziej świadomy

Otwarty na nowości

Oczekujący zindywidualizowanego  
podejścia

Świadomy siebie i swoich potrzeb

Ekologiczny

Korzystający z technologii

Aktywnie poszukujący informacji

# Trendy w marketingu

- #1 Personalizowane działania i treści nadal będą spełniać kluczową rolę
- #2 Rekomendacje jako najlepsze potwierdzenie wybranego produktu
- #3 Dobra obsługa Klienta to podstawa
- #4 Królować będzie strategia typu omnichannel
- #5 Ważna rola wideo
- #6 Stories – hasło przewodnie roku 2019
- #7 Optymalizacja i jeszcze raz optymalizacja
- #8 Content nadal is King

Źródło: <https://praktycznymarketing.pl/trendy-w-marketingu-2019/>

# Warsztaty: Projektowanie gry miejskiej promującej produkt

Esencją gier miejskich jest wykorzystywanie przestrzeni miejskiej jako istotnego elementu rozgrywki. Łączy w sobie cechy flash mobów, happeningów ulicznych oraz gier komputerowych i harcerskich podchodów...  
Ich tematyka może być różnorodna, od wydarzeń historycznych, przez powieści, po historie wymyślone przez autorów gry

# Warsztaty: Projektowanie gry miejskiej promującej produkt

Cel gry: promowanie produktu, zwrócenie uwagi społeczności lokalnej oraz uwagi mediów

Zadanie:

1. Wskazać produkt, który chcecie promować
2. Ustalić nagrodę w grze
3. Ustalić założenia gry (gdzie, kiedy, ile osób, gra grupowa, jaka liczebność grup, czas itp.)
4. Rozpisać założenia gry (jak będzie wyglądać gra tzw. zasady gry – zadania, punkty przyznawane za zadania, punkty „kontaktowe” w mieście itp..)
5. Jakie działania dodatkowe trzeba przeprowadzić, żeby poinformować o samej grze?