

# Akademia Młodego Ekonomisty



## Zarządzanie marką Metkызacja świata biznesu dr Marek Kruk

Uniwersytet w Białymstoku  
24 października 2013 r.

Organizatorzy



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSTY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



Jakie to marki?



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSTY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



2012 RANK	2011 RANK	BRAND	SECTOR	2012 BRAND VALUE \$m	% CHANGE (Brand Value)
1	1	Coca-Cola	Beverages	77,839	8%
2	8	Apple	Technology	76,568	129%
3	2	IBM	Business Services	75,532	8%
4	4	Google	Technology	69,726	26%
5	3	Microsoft	Technology	57,853	-2%
6	5	GE	Diversified	43,682	2%
7	6	McDonald's	Restaurants	40,062	13%
8	7	Intel	Technology	39,385	12%
9	17	Samsung	Technology	32,893	40%
10	11	Toyota	Automotive	30,280	9%
11	12	Mercedes-Benz	Automotive	30,097	10%
12	15	BMW	Automotive	29,052	18%
13	9	Disney	Media	27,438	-5%
14	13	Cisco	Business Services	27,197	7%
15	10	HP	Technology	26,087	-8%
16	16	Gillette	FMCG	24,898	4%
17	18	Louis Vuitton	Luxury	23,577	2%
18	20	Oracle	Business Services	22,126	28%
19	14	Nokia	Electronics	21,009	-16%
20	26	Amazon	Internet Services	18,625	46%

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Istota marki

**Marka** – nazwa, pojęcie, znak, symbol,  
forma lub kombinacja tych elementów  
w celu oznaczenia produktów danej firmy  
i ich różnicowania wobec ofert konkurencji!!!

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Istota marki

**Wymagania** wobec marki z punktu widzenia klienta:

- marka powinna ułatwiać klientowi **identyfikację**,
- klienci oczekują, że marka pozwoli im zyskać **orientację** przy dokonywaniu wyboru,
- ze względu na rozpoznawalność i reputację, markę darzy się **zaufaniem**,
- marka stanowi dla klienta **dowód jakości** w fazie użytkowania, konsumpcji i usuwania.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Istota marki

**Cele** polityki marki z punktu widzenia firmy:

- **wyprofilowanie** własnej oferty wśród nabywców,
- **wyróżnienie** własnej oferty od konkurencji,
- **identyfikowanie się** konsumenta z marką,
- stworzenie **preferencji** wobec własnej marki,
- marka jako nośnik **wizerunku** dla oferty lub firmy,
- zapewnienie **przestrzeni** dla polityki cenowej.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Tożsamość marki

Chcąc określić **tożsamość** marki należy sobie odpowiedzieć:

- czym marka ma być w oczach jej właściciela?
- jakie marka ma powołanie, funkcje i cele przed sobą?
- jakie wartości funkcjonalne, społeczne, psychologiczne oferuje użytkownikom?
- jakie elementy wyróżniają ją na tle innych marek na rynku?
- jakie są elementy odróżniające ją od marek konkurencyjnych?

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Zakres decyzji dotyczących marki

Czy nadać markę produktowi?

- produkt bez marki (no logo)
- produkt z marką
- produkt markowy

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Zakres decyzji dotyczących marki

**Kto ma być właścicielem marki?**

- marka producenta
- marka dystrybutora
- marka mieszana

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Zakres decyzji dotyczących marki

**Jaki ma być zakres produktów objętych marką?**

- marki indywidualne
- marka rodzinna
- marki hybrydy

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSIITY.PL



**Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania**

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



---

## Prawa marki

- PRAWO EKSPANSJI**
- siła marki jest odwrotnie proporcjonalna do jej rozpiętości
- PRAWO ROZGŁOSU**
- marka rodzi się dzięki rozgłosowi, a nie dzięki reklamie
- PRAWO REKLAMY**
- marka, kiedy już się narodzi, potrzebuje reklamy, by żyć długo i szczęśliwie
- PRAWO SŁOWA**
- przedsiębiorstwo powinno usilnie dążyć do tego, by konsumenci podświadomie kojarzyli jego markę z określonym słowem

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY
WWW.GIMVERSTY.PL



**Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania**

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



---

## Prawa marki

- PRAWO JEDNOZNACZNOŚCI**
- najważniejszą rzeczą w przypadku marki jest jej specjalizacja
- PRAWO CIĄGŁOŚCI**
- marki nie buduje się z dnia na dzień. Sukces jest często kwestią lat, a na nawet dziesięcioleci
- PRAWO ZMIANY**
- marki mogą podlegać zmianom pod warunkiem, że wprowadza się je niezbyt często i bardzo ostrożnie
- PRAWO ŚMIERTELNOŚCI**
- marki nie są wieczne, czasami eutanazja stanowi najlepsze rozwiązanie

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY
WWW.GIMVERSTY.PL

Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu

---

**DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ**

😊

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSTY.PL

Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu

---

**Wasze zadanie!**

Zaprojektuj markę (nazwę, logo) dla **festiwalu muzycznego w Białymstoku**, dokonaj wyboru gatunku muzycznego i weź pod uwagę lokalizację (miasto, województwo, etc.), tak aby potencjalny odbiorca komunikatów marketingowych od razu wiedział, czego ma się spodziewać – uzasadnij swoją decyzję.

**Bądź kreatywny!!!**

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSTY.PL



Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania

Spotkanie II: Zarządzanie marką  
Wykład: Metkызacja świata biznesu



## Ewolucja marki WEiZ UwB

2009



2010



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERSTY.PL