

# Akademia Młodego Ekonomisty



## Marketing i Public Relations

dr Leszek Gracz

Uniwersytet Szczeciński

8 listopada 2018 r.

Organizatorzy



*Akademia Młodego Ekonomisty*

# O czym dzisiaj będziemy mówić i co będziemy robić

- Czym jest marketing?
  - Podstawowe narzędzia marketingowe.
  - Marketing Mix.
  - Public Relations
- Warsztaty:

# Co to jest marketing

Marketing to proces planowania i urzeczywistniania (...) produktu, ceny, dystrybucji i promocji, prowadzących do wymiany realizującej cele jednostek i organizacji.



Źródło: pixabay.com

# Działania marketingowe

## 1. Czego chce klient?



Źródło: pixabay.com

# Działania marketingowe

1. Czego chce klient?
2. Jak to zrobić?





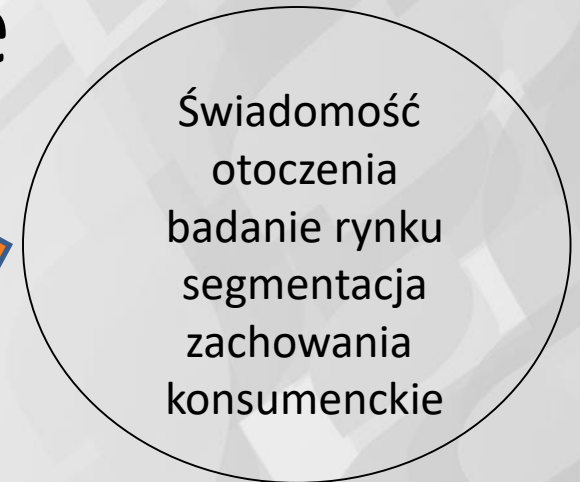
# Działania marketingowe

1. Czego chce klient?
2. Jak to zrobić?
3. Jak powiedzieć klientowi, że ma się coś dla niego?



# Działania marketingowe

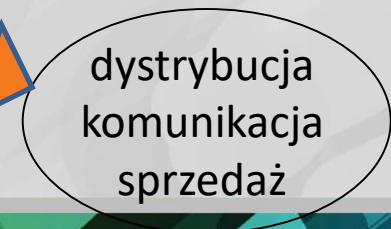
1. Czego chce klient?



2. Jak to zrobić?



3. Jak powiedzieć klientowi, że ma się coś dla niego?



# Marketing mix

- Produkt
- Cena
- Dystrybucja
- Komunikacja



# Produkt

- Wszystko, co można zaoferować komuś do zakupu.



# Cena

- Wartość oferty wyrażona w pieniądzu



# Dystrybucja

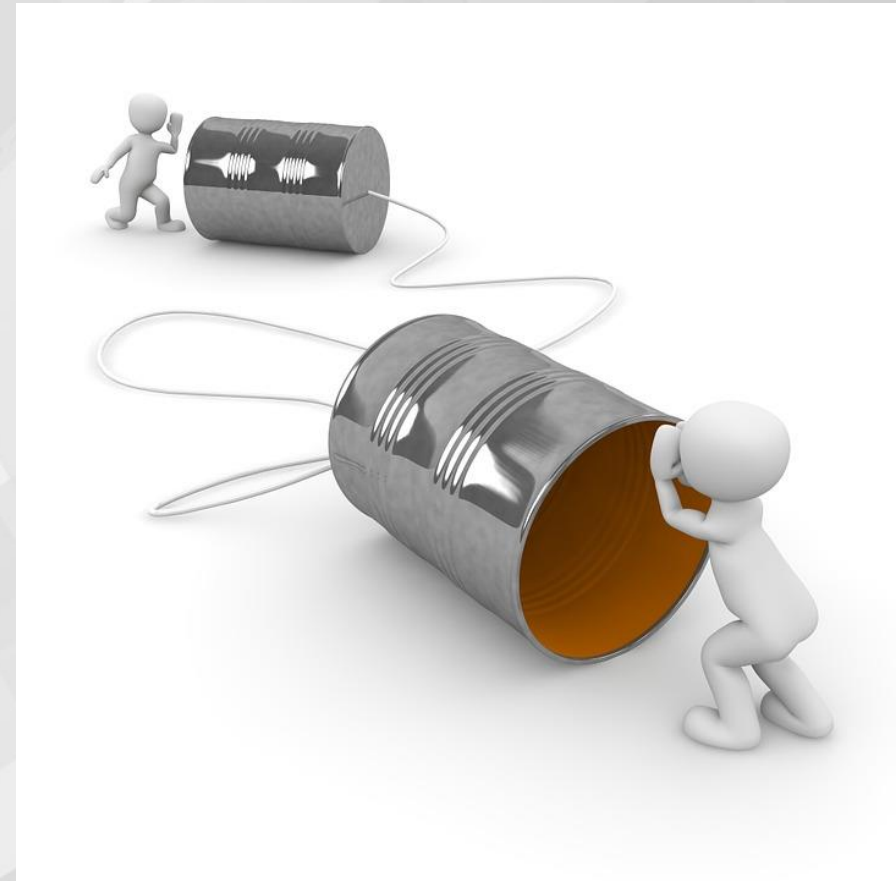
- Udostępnienie produktu w miejscu i czasie odpowiednim dla klienta.





# Komunikacja

- Przekazywanie informacji na rynek
  - Reklama
  - Promocja sprzedaży
  - PR
  - Sprzedaż osobista





# Public Relations

- obejmuje kompleks działań związanych z wypracowaniem i utrzymywaniem odpowiednich relacji z otoczeniem w celu wytworzenia pozytywnego wizerunku danej firmy na rynku
- PR to wszelkie działania mające na celu promowanie i/lub ochronę wizerunku przedsiębiorstwa lub produktu

# Do kogo kierowany jest PR

- Media:
  - Wiadomości dla mediów, adres kontaktowy
- Społeczeństwo
  - Programy społeczne, wiadomości lokalne związane z firmą
- Klienci
  - Wydarzenia, broszury, informacje o produktach, działalność firmy, referencje
- Pracownicy
  - Osiągnięcia pracowników, nagrody i wyróżnienia
- Akcjonariusze
  - Raporty finansowe, zmiany w zarządzie, działalność firmy
- Dostawcy
  - Informacje o nowych produktach, wiadomości o firmie

# Najczęściej spotykane formy Public Relations

- **Prasowa** np. wywiad w prasie
- **Telewizyjna** np. reportaż o nowym produkcie,
- - **Radiowa** np. audycja o sukcesach eksporterów,
- - **Wydawnicza** np. broszury, foldery, ulotki o firmie,
- - **Wystawiennicza** np. wystawy dorobku firmy, targi
- - **Pocztowa** np. wysyłanie listów okolicznościowych,
- - **Imprezy, spotkania** np. sympozja, konferencje
- - **Zwiedzanie zakładu** np. „dni otwarte” dla klientów
- - **Upominkowa** np. upominki przypominające o istnieniu firmy
- - **Świadczenia** np. charytatywne utrzymywanie domu dziecka.

# Warsztaty

- Wymyślamy działania PR...
- ... dla AME ....
- .... ale nie mamy na to żadnych pieniędzy...
- ... tylko czas i chęci zaangażowanych osób...

Źródło: pixabay.com





# Warsztaty – zastanówmy się nad...

- Jaki chcemy, by AME miało wizerunek?
- Do kogo skierujemy swoje działania?
- Jakie to będą działania?

Dziękuję za uwagę!

