

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Metkyzacja świata biznesu Dr hab. inż. Magdalena Ankiel

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

4 kwietnia 2019 r.

Organizatorzy



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU

# Metkызacja biznesu

- Dlaczego firmy inwestują w marki?
- Dlaczego konsumenci ulegają markom?
- W czym tkwi siła marki?
- Czy możliwy jest świat NO LOGO?



 iPhone



# Co tutaj Państwo widzą?



# Którą czekoladę wybieracie?



# Co to jest marka?

- Kluczowy atrybut produktu
- Znak towarowy
- Wyróżnik produktu
- Dodatkowa wartość



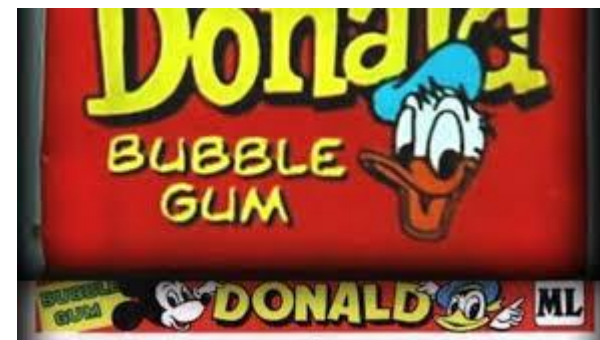


# Nawet cukier i mąka mają markę...



# Po cóż firmom marka?

- Wyróżnienie wśród konkurencji
- Wejście na nowe rynki
- Wprowadzanie innowacji
- Budowanie lojalności klientów
- ZARABIANIE PIENIĘDZY !



Tymczasem ...  
firmy budują wyznawców swoich marek



Jakie to marki???



# BrandZ™ Top 100 Most

Brand	Category	Brand Value 2018 \$M	Brand Contribution	Brand Value % Change 2018 vs. 2017	Rank Change	Country of Origin
1 Google	Technology	302,063	4	+23%	0	US
2 Apple	Technology	300,595	4	+28%	0	US
3 Amazon	Retail	207,594	4	+49%	1	US
4 Microsoft	Technology	200,987	4	+40%	-1	US
5 Tencent 腾讯	Technology	178,990	5	+65%	3	CHN
6 Facebook	Technology	162,106	4	+25%	-1	US
7 VISA	Payments	145,611	5	+31%	0	US
8 McDonald's	Fast Food	126,044	4	+29%	2	US
9 Alibaba Group 阿里巴巴集团	Retail	113,401	3	+92%	5	CHN
10 AT&T	Telecom Providers	106,698	3	-7%	-4	US
11 IBM	Technology	96,269	4	-6%	-2	US
12 Verizon	Telecom Providers	84,897	3	-5%	-1	US
13 Marlboro	Tobacco	81,914	3	-6%	-1	US
14 Coca-Cola	Soft Drinks	79,964	5	+2%	-1	US
15 Mastercard	Payments	70,872	4	+42%	5	US
16 UPS	Logistics	60,412	5	+4%	0	US
17 SAP	Technology	55,366	3	+23%	4	GER
18 Wells Fargo	Regional Banks	54,952	3	-6%	-3	US
19 Disney	Entertainment	53,833	5	+3%	-1	US
20 Alibaba Group 阿里巴巴集团	Retail	47,229	3	+17%	4	CHN
21 China Mobile 中国移动	Telecom Providers	46,349	4	-18%	-4	CHN
22 ICBC 中国工商银行	Regional Banks	45,853	2	+45%	6	CHN
23 Starbucks	Fast Food	44,503	4	+1%	-1	US
24 Xfinity	Telecom Providers	43,056	3	+3%	-1	US
25 T-Mobile	Telecom Providers	41,499	3	+8%	0	GER

Source: BrandZ™ / Kantar Millward Brown (Ranking data from Bloomberg)  
Brand contribution measures the influence of brand alone on financial value, on a scale of 1 to 5, 5 highest

# Valuable Global Brands 2018

Brand	Category	Brand Value 2018 \$M	Brand Contribution	Brand Value % Change 2018 vs. 2017	Rank Change	Country of Origin
26 LV	Luxury	41,138	5	+41%	3	FR
27 Spectrum	Telecom Providers	39,372	2	NEW		US
28 GE	Conglomerate	39,041	2	-22%	-9	US
29 Nike	Apparel	38,479	4	+13%	-3	US
30 PayPal	Payments	35,440	5	+85%	22	US
31 Walmart	Retail	34,002	2	+22%	0	US
32 Accenture	Technology	33,723	3	+24%	0	US
33 Samsung	Technology	32,191	4	+34%	4	SKN
34 Heineken	Alcohol	32,113	4	+89%	30	NL
35 Visa	Payments	30,046	4	+24%	1	US
36 Toyota	Cars	29,987	4	+5%	-6	JP
37 Vodafone	Telecom Providers	28,860	3	-9%	-10	GB
38 Intel	Technology	28,316	2	+29%	6	US
39 Hermès	Luxury	28,063	5	+20%	2	FR
40 Budweiser	Beer	27,031	4	0%	-7	US
41 Baidu 百度	Technology	26,861	5	+14%	-2	CHN
42 ZARA	Apparel	26,860	3	+7%	-8	ESP
43 Ping An 中国平安	Insurance	26,141	3	+51%	18	CHN
44 L'Oréal Paris	Personal Care	26,107	4	+9%	-6	FR
45 Oracle	Technology	25,802	2	+21%	1	US
46 Mercedes-Benz	Cars	25,684	5	+9%	-6	GER
47 BMW	Cars	25,624	4	+4%	-12	GER
48 Huawei	Technology	24,922	3	+22%	1	CHN
49 China Construction Bank 中国建设银行	Regional Banks	23,747	2	+27%	5	CHN
50 HSBC	Global Banks	23,633	3	+15%	-2	GB

The Brand Value of Coca-Cola includes Light, Diet and Zero  
The Brand Value of Budweiser includes Bud Light

Czy może istnieć świat NO  
LOGO?

Czy chcemy takiego świata?

# Zadanie – wprowadzamy nową markę na rynek

- Wprowadzamy na rynek produkt
- Nadajemy nazwę marki
- Projektujemy logo
- Reklamujemy – jak??

Do dzieła!