

JEDNA RZECZ,

**KTÓRA POUKŁADA
TWÓJ MARKETING**



Chcesz, by Twoją firmę
znali **WSZYSTYCY**?

Chcesz być **lepsz**y
niż konkurencja?

Ta **jedna rzecz**
ogarnie Twój marketing
od razu.



Strategia Marki

Konkretny plan na cały marketing.

Co Ci da strategia marki?

- ☐ Mocna marka **bez konkurencji ceną**
- ☐ **Dotarcie** do klientów
- ☐ Profesjonalny **wizerunek** firmy
- ☐ Wprowadzenie nowego **produktu** lub **usługi**
- ☐ Konkretny **pomysł na marketing**
- ☐ Zastosowanie nowych **trendów marketingowych**
- ☐ Pomysły na obecność w **social media**

Oto
proste wskazówki
jak możesz zadbać
o markę od razu.



Co zrobić, by nie konkurować ceną?

1. Mów głośno: co **dajesz ekstra**, nawet jeśli to standard. Klient może nie zdawać sobie z tego sprawy, że to ma.
2. **Przyczep się do istniejących myśli, wspomnień, okazji lub emocji.** Majonez jemy zawsze przy stole, a energetyk pijesz, gdy nie masz siły.
3. Bądź konsekwentny. **Nie zmieniaj kolorów i czcionek**, z czasem będą od razu kojarzone z Twoją marką.
4. Zapewnij **najlepszą, najmiłą obsługę klienta na świecie.**



Elementy strategii, które w tym pomogą?

- Hasło, wyróżnik marki
- Wykaz okazji zakupowych
- Wartości marki
- Brand Purpose

Co zrobić, by docierać do klientów?

Dowiedz się – kim jest Twój klient i gdzie przebywa.
Bądź tam, gdzie on jest. **3 wskazówki dla Ciebie:**

1. Stwórz **buyer personę** – Twojego idealnego klienta – wypisz, dlaczego ma kupić Twój produkt, co go powstrzymuje. Odpowiedz na te potrzeby i obawy na swoich kanałach.
2. Stwórz **bank okazji**. Sprawdź, przy jakiej okazji ktoś kupuje Twój produkt i wtedy się reklamuj.
3. Stwórz listę najbardziej skutecznych kanałów reklamowych i usuwaj te, które nie działają.



Elementy strategii, które w tym pomogą?

- Persony
- Wykaz potrzeb i barier klienckich
- Oś percepcji – gdzie wyróżniasz się na tle konkurencji
- Ścieżka zakupowa
- Okazje zakupowe klientów

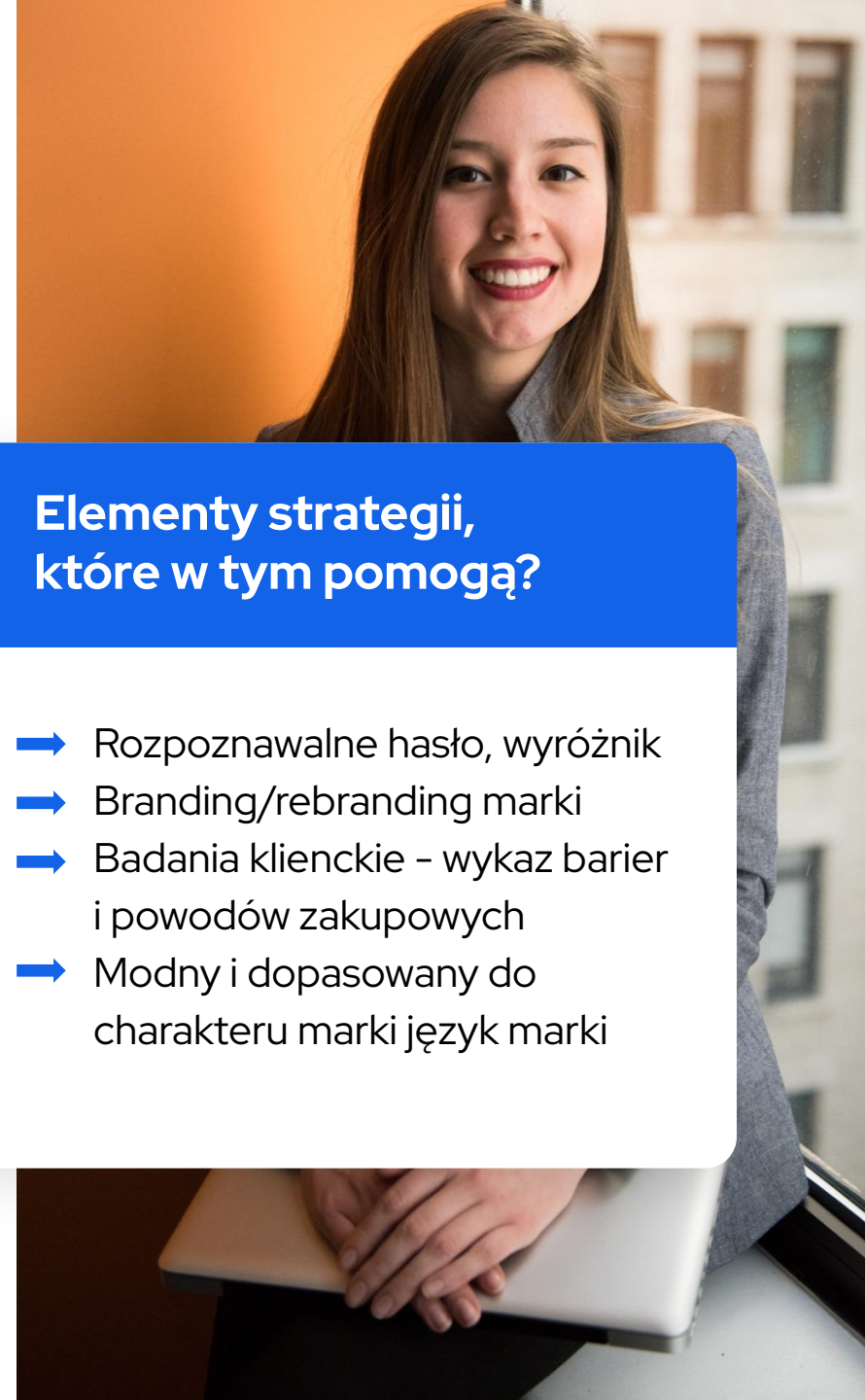
Jaki powinieneś mieć wizerunek

Kreatywna nazwa? Dziwne logo? **Jak klient Cię nie zapamięta, to zapomni i nie kupi.** Żeby zapamiętał – musi Cię z czymś skojarzyć, a to wśród miliarda produktów jest trudne. **4 wskazówki dla Ciebie:**

1. Dopasuj wizerunek do branży, w której działasz. Zanim zrobisz logo i stronę – sprawdź konkurencję.
2. Zawsze dbaj o **jakość wizualną** materiałów.
3. Używaj języka, który rozumieją Twoi klienci, a nie żargonu.
4. Pamiętaj, że wizerunek to też sposób obsługi – dziś to przewaga rynkowa.

Elementy strategii, które w tym pomogą?

- Rozpoznawalne hasło, wyróżnik
- Branding/rebranding marki
- Badania klienckie - wykaz barier i powodów zakupowych
- Modny i dopasowany do charakteru marki język marki





Komu już pomogliśmy?

O bag

Mocna marka i poukładane, trafione działania.

Dla marki O bag przygotowaliśmy **strategię** marki, pomogliśmy ułożyć plan komunikacji i świadczyć usługi doradcze.



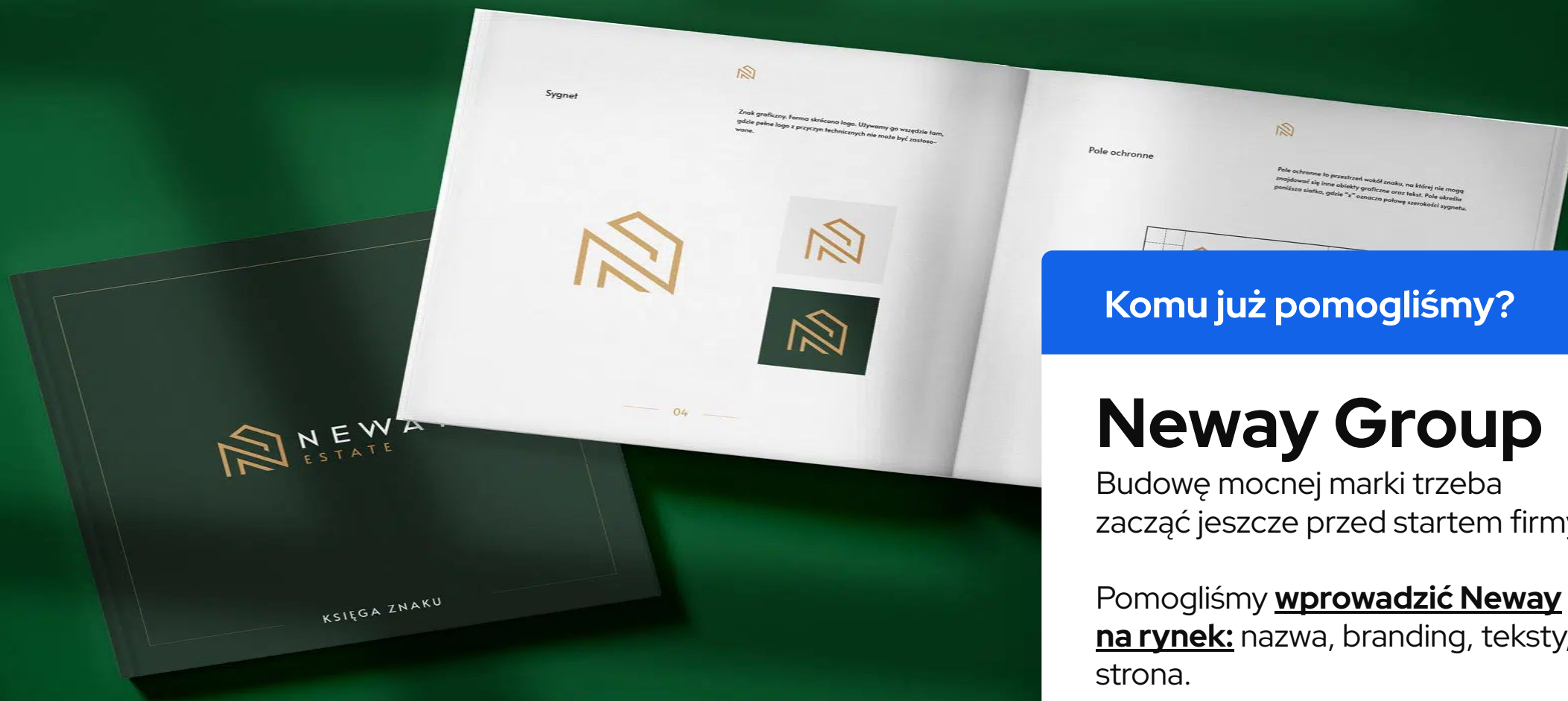


Komu już pomogliśmy?

IT360

Jak wyróżnić się w gąszczu firm IT? Najlepiej odpowiadać na potrzeby klienta.

Dla IT360 opracowaliśmy **strategie** komunikacji, teksty na stronę oraz bank słów.



Komu już pomogliśmy?

Neway Group

Budowę mocnej marki trzeba zacząć jeszcze przed startem firmy.

Pomogliśmy wprowadzić Neway na rynek: nazwa, branding, teksty, strona.

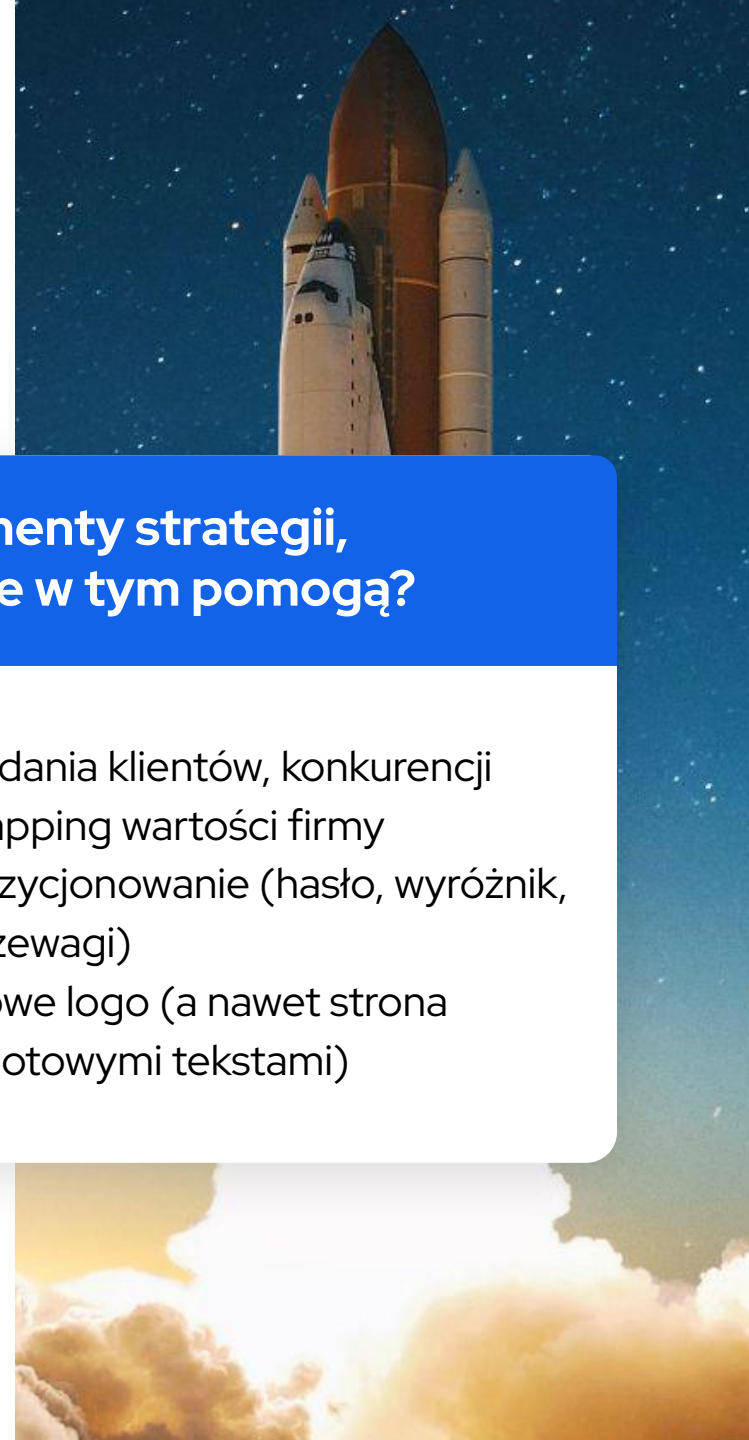
Co robić gdy wprowadzasz nowy produkt /usługę

Nie zaczynaj od projektu logo i strony internetowej. Najpierw zdecyduj do kogo mówisz i co dajesz więcej niż konkurencja.

1. Dowiedz się, jakie obawy mają klienci przed zakupem. Na stronie odpowiedz na nie.
2. **Zacznij od strategii**, która określi, jaki masz mieć wizerunek, jak masz mówić i jak się wyróżnić spośród konkurencji. Dopiero po niej zaprojektuj logo, stronę i inne działania. Spójnie.

Elementy strategii, które w tym pomogą?

- Badania klientów, konkurencji
- Mapping wartości firmy
- Pozycjonowanie (hasło, wyróżnik, przewagi)
- Nowe logo (a nawet strona z gotowymi tekstami)



Nie masz **pomysłu** na marketing, **nie chcesz odstawać**, nie wiesz, co **"puszczać"** w social media?

Tutaj pomoże dobry partner, który się na tym zna. Co możemy Ci dostarczyć?

Pomysły na kampanię i komunikację oraz skuteczne teksty: **kontakt@branduseful.pl**



Jakie elementy strategii w tym pomogą?

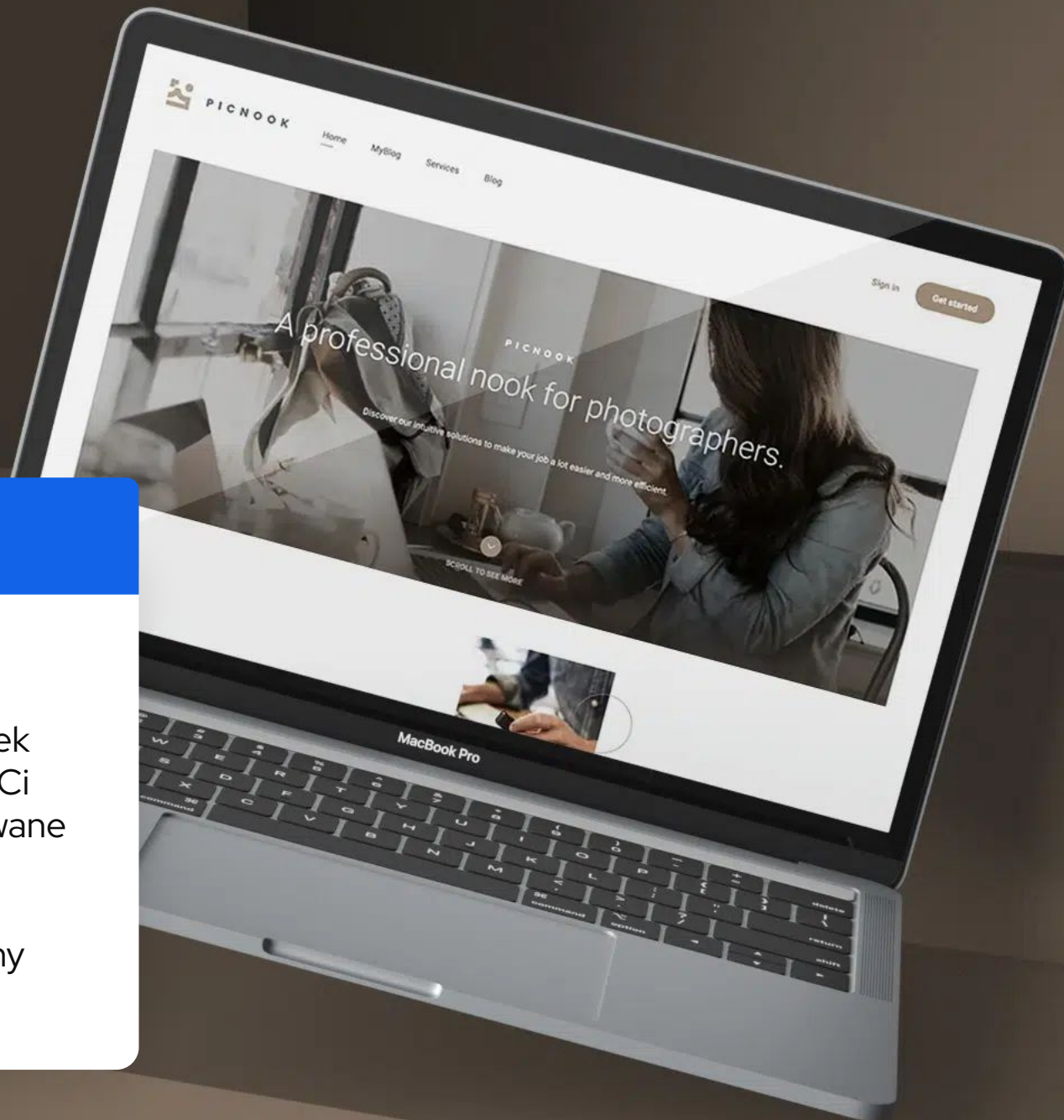
- Praktyczne wskazówki będące częścią strategii
- Plan content marketingowy i filary komunikacji – porządkują tematykę, tworzą harmonogramy

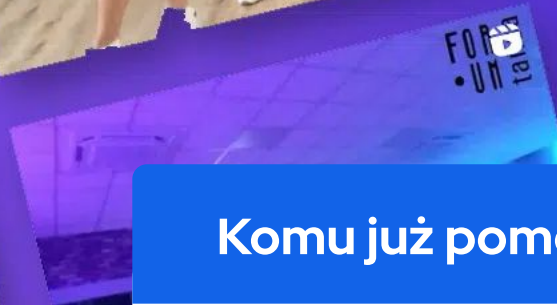
Komu już pomogliśmy?

Picnook.io

Wprowadzając produkt na rynek **zaczynij od strategii.** Pomoże Ci stworzyć komunikaty dopasowane person.

Dla Picnook.io przygotowaliśmy strategię i teksty na www.



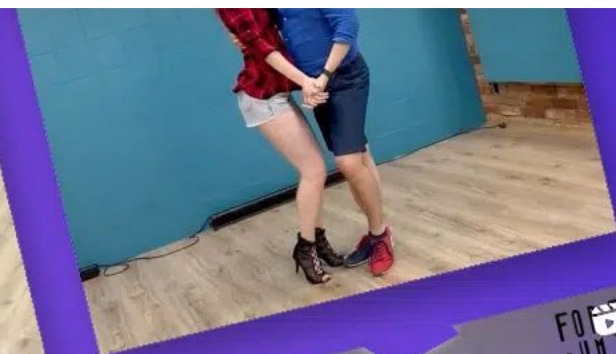


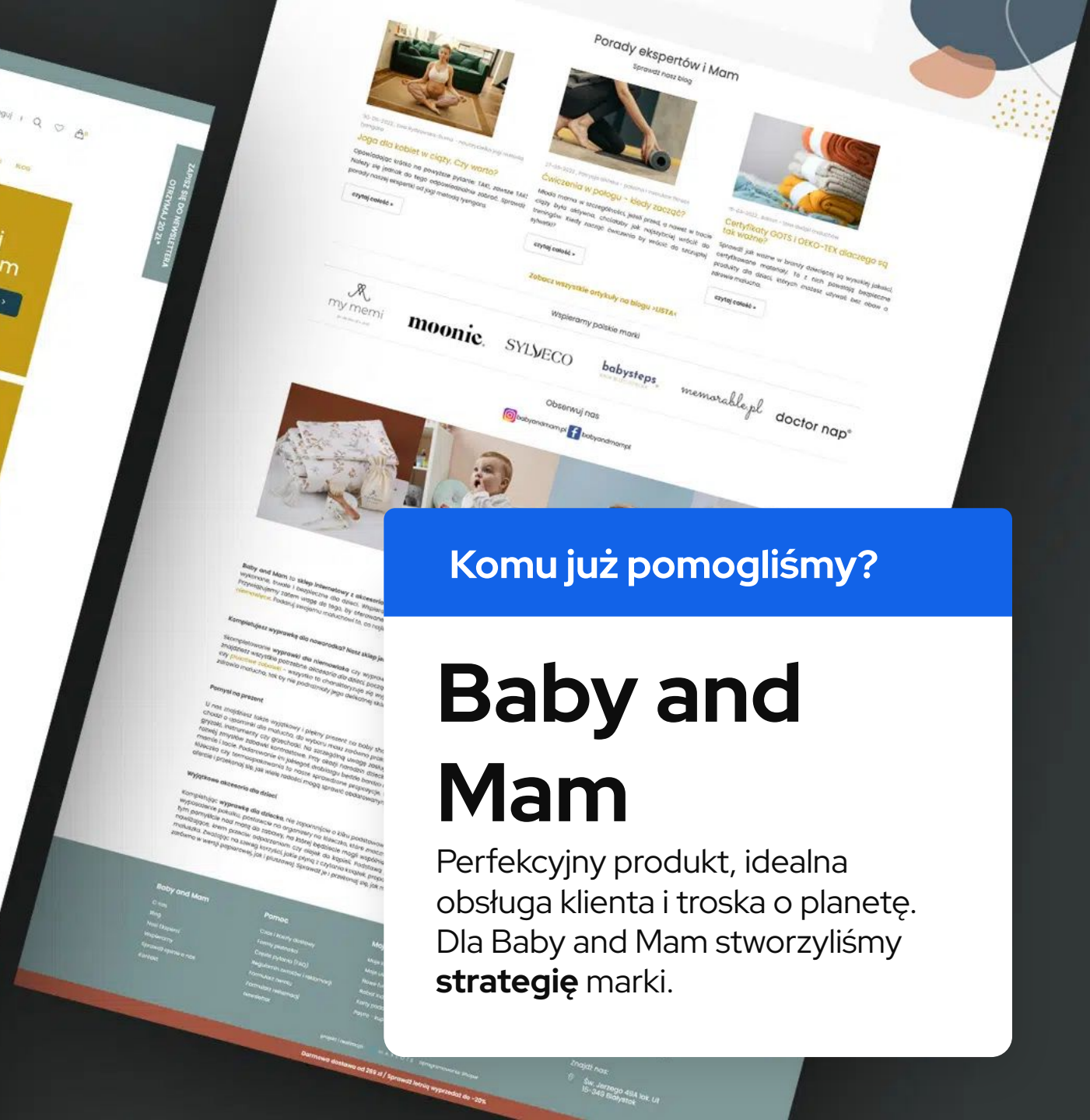
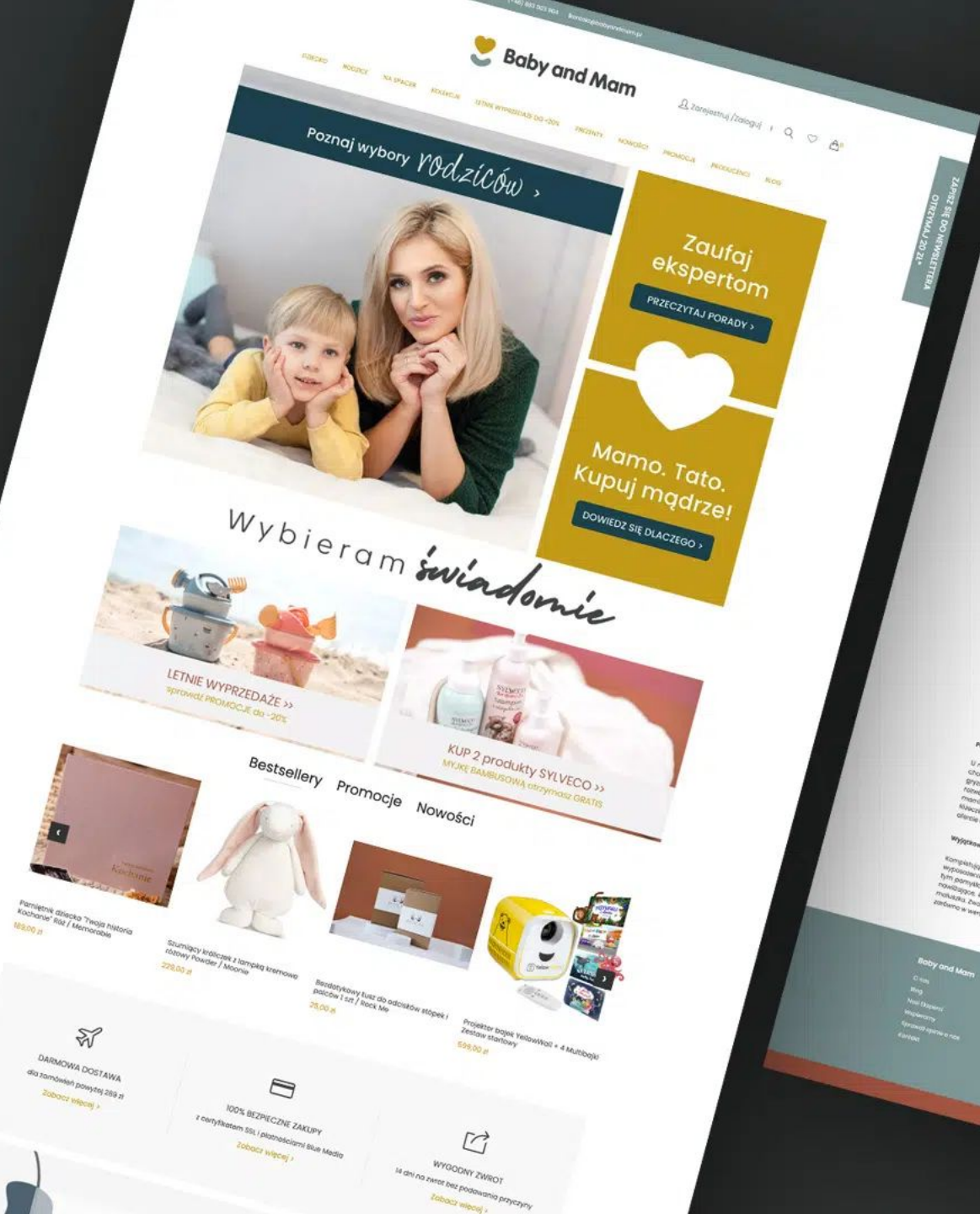
Komu już pomogliśmy?

Forum Tańca

Najsukuteczniejsze reklamy to takie, które pochodzą z głów klienta.

Dla Forum Tańca opracowaliśmy pomysły na kreatywne kampanie, bank słów do wykorzystania na stronie i w reklamach, audyt komunikacji i badania.





Komu już pomogliśmy?

Baby and Mam

Perfekcyjny produkt, idealna obsługa klienta i troska o planetę. Dla Baby and Mam stworzyliśmy strategię marki.

Komu już pomogliśmy?

allmax.pl

Idealny branding podkreśla
jakość marki.

Dla Allmax.pl opracowaliśmy
rebranding, teksty i projekt
strony oraz **strategię** marki.

Już tylko **2 kroki** dzielą Cię
od rozwiązania Twoich
problemów z marketingiem.

KROK 1

Zakreśl, czego potrzebujesz.

- ☐ Chcę mieć **mocną** i znaną **markę**. Nie chcę konkurować ceną.
- ☐ Chcę bez problemu docierać do **klientów**.
- ☐ Chcę zmienić **wizerunek** firmy.
- ☐ Wprowadzam na rynek **nowy produkt** lub usługę.
- ☐ Nie mam **pomysłu** na marketing.
- ☐ Nie znam **trendów** marketingowych.
- ☐ Chcę by moja obecność w **social media** była oryginalna i skuteczna.

KROK 2

Napisz,
z czym masz problem i umów się na
darmową 30 minutową konsultację:
kontakt@branduseful.pl



Z kim

będziesz pracować?



Jarosław

Dyplomowany audytor. Strateg, social media manager. Tworzy kreacje do kampanii reklamowych, pomaga projektować lejki marketingowe. Ukończył podyplomowe studia social media na Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Pracował dla Continental, Multikino, Nutella, O bag. Wykłada e-marketing na uczelni.



Joanna

Dyplomowany Strateg. Copywriter. Prowadzi szkolenia ze strategii marki i neurocopywritingu oraz nowych trendów. Pracowała dla takich marek jak Continental, O bag, Nutella. Autor w Marketer+, Nowy Marketing, Marketing przy kawie, Sprawny Marketing. Wykłada na trzech uczelniach.

Tylko kilka miejsc

Gdy zdecydujemy się na współpracę
nie zostaniesz zaskoczony nową twarzą
- **będziesz pracować z Joanną lub Jakiem.**

Śpiesz się – mamy **napięty grafik**
i tylko **kilka wolnych miejsc**
do współpracy miesięcznie.





Dlaczego my?

100% firm,

z którymi stworzyliśmy strategię
dało nam pozytywne referencje.

Oni już nie strzelają
marketingiem na oślep.

A Ty?



Ile budżetu wydasz w tym miesiącu
na nieskuteczne działania?

100? 200? 400?

**Zamów strategię, doradztwo lub
audyt marki.**

Jak zamówić? Łatwo :-)

Napisz czego potrzebujesz:
kontakt@branduseful.pl

