

**Strategie marketingowe dla małych firm.
Jak skutecznie dotrzeć do klientów
i
zbudować markę.**

Strategia marketingowa

Brutalna prawda

— nawet najlepszy, najbardziej jakościowy i odmieniający życie produkt nie znajdzie swojego nabywcy, jeśli nikt nie dowie się o jego istnieniu. I za to w dużej mierze odpowiada marketing.

Strategia marketingowa firmy to proces, którego celem jest wytworzenie określonych wartości dla klientów. Proces ten obejmuje pełne spektrum analizowania, planowania, zarządzania, budżetowania, określania celów, pozycjonowania, targetowania i komunikowania. A reklama jest tu tylko jednym z narzędzi wspomagających realizację zadania.

Dlaczego strategia marketingowa jest taka ważna?

- **Pozwala na wyróżnienie się na rynku**
- **Buduje świadomości marki**
- **Zdobywa klientów**
- **Skutecznie wykorzystuje budżet**
- **Buduje relacje z klientami**
- **Adaptuje do zmian rynkowych**

Co to jest marka?

Marka to złożony zestaw wartości, cech, przekonań, wrażeń i asocjacji związanych z danym produktem, usługą lub firmą. To nie tylko logo czy nazwa, ale także ogólny wizerunek i doświadczenia związane z daną marką. Marka wyznacza, jak firma jest postrzegana przez klientów i jakie emocje z nią związane.

Rola marki

- *Buduje rozpoznawalność*
- *Buduje zaufanie klienta*
- *Tworzy lojalność klienta*
- *Kreuje wartość dodaną*
- *Skuteczność marketingu*
- *Określenie rynku docelowego*

Jak opracować strategię marketingową? Krok po kroku cz.1

Opracowanie strategii marketingowej wymaga zaznajomienia się z sytuacją rynkową, branży, zachowań konsumentów.

Jak opracować strategię marketingową samodzielnie krok po kroku?

Określić własne cele

- koncepcja SMART

Przeanalizować sytuację rynkową

- Analiza SWOT
- Model Canvas
- Analiza komunikacji marketingowej konkurencji

Poznanie swoich klientów

- segmentacja rynku
- buyer personsy — czyli profilu idealnego klienta

Jak opracować strategię marketingową? Krok po kroku cz.2

Zdefiniowanie wartości, jakie dostarcza klientom marka

- koncepcją marketing mixu
- Brand Value Proposition (BVP)
- Unique Selling Proposition (USP)

Opracowanie sposobu, jak komunikować się ze swoimi klientami

- podkreślenie głównych atrybutów marki.

Stworzenie planu marketingowego

- realizacja określonych celów

Koncepcja SMART

Koncepcja SMART to metoda definiowania i wyznaczania celów, a także zestaw kryteriów, które pomagają zwiększyć szansę ich realizacji. Pomaga w efektywnym planowaniu przyszłości firmy oraz ograniczaniu działań nieprzemyślanych, które mogą narazić przedsiębiorstwo na znaczące straty czasowe czy finansowe. Zdefiniowanie celów w formule SMART: biznesowych, marketingowych, komunikacyjnych, stanowi kluczowy element każdej strategii marketingowej.

5 wyznaczników - S.M.A.R.T

S — SPECIFIC (skonkretyzowany)

M — MEASURABLE (mierzalny)

A — ACHIEVABLE (osiągalny)

R — RELEVANT (istotny)

T — TIME - BOUND (określony w czasie)

Analiza SWOT

Analiza SWOT służy prześwietleniu przedsiębiorstwa w celu identyfikacji i wykorzystania mocnych stron oraz szans, a także ograniczeniu wpływu czynników wynikających ze słabych stron i zagrożeń, czasem wręcz ich wykorzystania w strategii firmy.

S - mocne strony (Strengths)

W - słabe strony (Weaknesses)

O - szanse (Opportunities)

T - zagrożenia (Threats)

Copyright

Czynniki

Pozytywne

Negatywne

Wewnętrzne

Mocne
strony

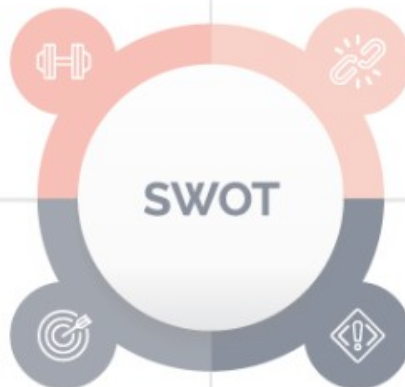
Słabe
strony

Zewnętrzne

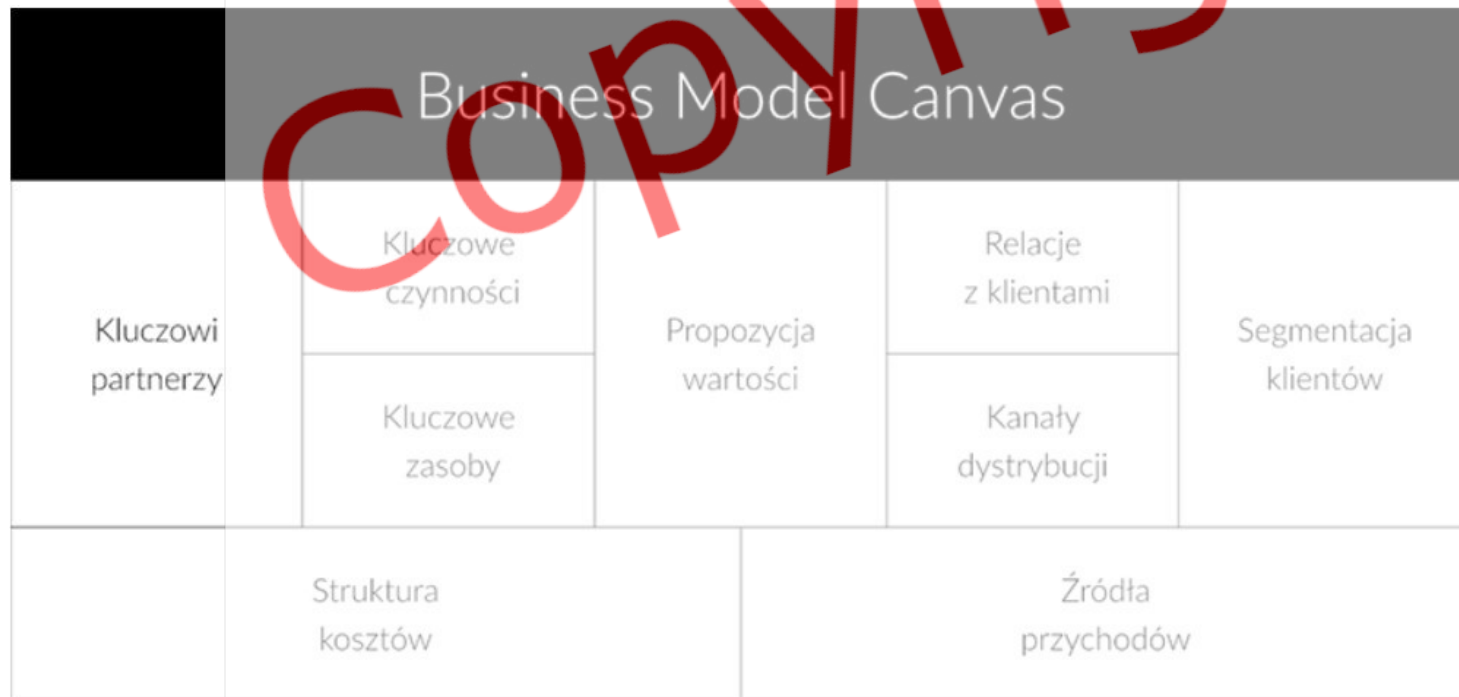
Szanse

Zagrożenia

SWOT



Model Canvas



Brand Value Proposition (BVP)

Określenie sposobów, jakie wartości dostarcza firma swoim klientom. Oto kilka powszechnych sposobów:

- unikalność
- korzyści dla klienta
- wizerunek marki
- jakość produktu lub usługi
- komunikacja
- cena i wartość

Unique Selling Proposition (USP)

Unikalne cechy produktu - coś, co produkt oferuje, a konkurencja nie

Niezwykłe korzyści dla klienta - jasne określenie, jak klient skorzysta, wybierając daną ofertę

Jakość, cena, innowacje - podkreślanie tego, co wyróżnia produkt lub usługę pod względem jakości, ceny, czy innowacji.

Jak realizować strategię marketingową w małej firmie?

- *Social media*
- *Content marketing*
- *Pozycjonowanie i SEO*
- *Kampanie Google Ads*

Copyright

Dziękuję za uwagę