

achna

public relations



10 kroków, by usłyszał o Tobie świat!

Nasza wizja

Sięgając po odważne i niebanalne rozwiązania, dążymy do kreowania wciąż nowych i silnych marek, z roku na rok zwiększając grono klientów.

Budujemy silne, partnerskie relacje z klientami, opierając je na szczerości i zaufaniu. Przede wszystkim rozmawiamy. Zadajemy pytania, uważnie słuchamy.

Z każdym dniem jesteśmy lepsi i odważniejsi. Chodzimy szybciej i dalej niż inni. Jesteśmy ambitni, ale pokorni. Wierzymy, że każdy ma prawo do błędu.

Nie tolerujemy jednak ich powtarzania. Tylko wtedy możliwy jest rozwój. Codziennie się uczymy.

Jesteśmy głodni przyszłości, w której chcemy być najlepsi. Podnosimy poprzeczkę sobie i klientom. Proponujemy i podejmujemy coraz trudniejsze wyzwania. Z każdym dniem możemy więcej!



Nasza misja

Otoczającą nas rzeczywistość kształtujemy codziennie. Zmieniamy świat naszych klientów, realizując ich biznesowe cele. Sprawiamy, że nawet te najodleglejsze stają się bliskie i osiągalne.

Codziennie poprzez relacje z mediami i media społecznościowe, kontaktujemy się z ludźmi. To do nich kierujemy informacje. Poznajemy ich bliżej, by móc odpowiedzieć na ich potrzeby i zmienić ich codzienne życie. Nieustannie się rozwijamy. Nasza praca codziennie dostarcza nam nowych wyzwań i doświadczeń. Do każdego z nich podchodzimy z taką samą ciekawością i zaangażowaniem. Nie ma dla nas rzeczy niemożliwych!



DNA marki

To jej tożsamość, czyli to co sobą reprezentuje. Zespół cech, które kielkują w świadomości klientów czy konsumentów. Marka zawsze wywiera określone wrażenie na grupie odbiorców. Z trafnie określonym DNA -Twoja marka wyróżni się z tłumu niepowtarzalną i niebanalną osobowością. Znajomość DNA marki to podstawa budowania spójnej strategii komunikacji.

Wybierz max 5 przymiotników najtrafniej określających Twoją markę

...czyli jakie ma być wrażenie odbiorcy związane z marką. Zapewne o wiele więcej określeń przyjdzie Ci na myśl, ale ogranicz je metodą eliminacji. Wyraźna tożsamość, to silna tożsamość.

Wyobraź sobie, że Twoja marka jest osobą i wybierz max 5...

...wartości jakimi kieruje się w życiu
...cech charakteru, za które jest szczególnie lubiana i ceniona
...rzeczy, których nie toleruje

Powrót do korzeni, czyli historia marki

Każda marka, także Twoja, posiada wyjątkową historię. Musisz ją tylko wydobyć na światło dzienne i opowiedzieć z pasją – tak, aby budziła emocje, przemawiała do wyobraźni i została zapamiętana. Historia Twojej marki to jej największa siła. Uwierz w to, a jej tożsamość zyska naprawdę solidną podstawę. A może z historią Twojej marki łączy się więcej niż jedna opowieść? Każda historia ma znaczenie – opowiedz ją na własnych zasadach, ponieważ jest jedyna w swoim rodzaju.

Poza tym...

Zastanów się czy jest jeszcze coś – cokolwiek – co czyni Twoją markę naprawdę wyjątkową. Czy chcesz, aby utożsamiała się z jakimś konkretnym światopoglądem? Co takiego ma ona do zaoferowania, czego nie posiadają inne marki?



Kilkudziesięciu Klientów, kilka tysięcy zrealizowanych projektów, ponad 20 000 godzin...

Tak w skrócie przedstawia się nasze 10 lat...

Od samego początku istnienia firmy staraliśmy się kreować trendy i błyskawicznie reagować na zmiany zachodzące w naszym otoczeniu. Zdobywane każdego dnia doświadczenie inspirowało nas do ciągłego podnoszenia poprzeczki i zmian, które odpowiadałyby potrzebom i celom naszych Klientów.

Nasza dotychczasowa praca to olbrzymie pokłady doświadczenia, którym możemy się dzielić z innymi. Przestrzeń ta nie miałaby szans powstać, gdyby nie nasz wspólny, wieloletni wysiłek, który sprawił, że obecnie możemy świętować 10-lecie działalności.

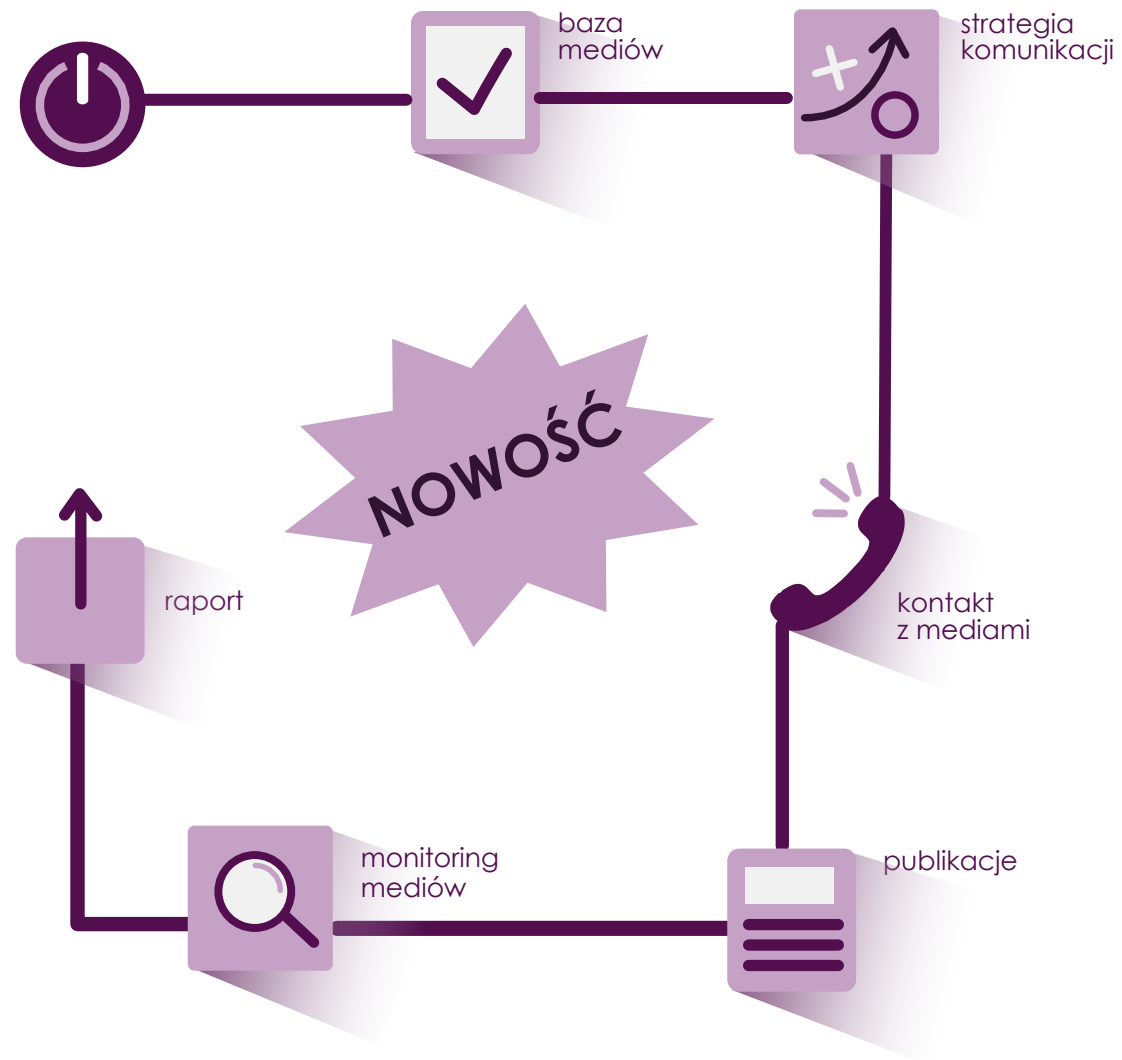


CAŁY TEN SZUM

Czyli co to jest PR?



Mówimy NIE! nachalnym reklamom.
Dialog ze światem ma być niczym przyjacielska pogawędka przy kawie.



KROK 1

Wyróżnij się!



PR PRODUKTOWY

Wzmocnij rozpoznawalność Twojej marki!

PR produktowy to działanie mające na celu prezentację danego produktu lub usługi wybranej grupie docelowej. W tym procesie używane są kanały komunikacji takie jak: prasa oraz media elektroniczne (m.in.: portale internetowe, blogi). Inspirujemy dziennikarzy do pisania o Waszym produkcie! Dzięki informacjom pojawiającym się właśnie w działach redakcyjnych budujemy zaufanie u konsumentów.

Wiemy, w jaki sposób komunikować, aby prezentowano produkt w rubrykach redakcyjnych. Poprzez wypracowane relacje z mediami i znajomość rynku docieramy do Twoich konsumentów

Działania Agencji w zakresie PR produktowego zaczynają się jednak dużo wcześniej. W tym zakresie:

- tworzymy bazę mediów
- definiujemy potrzebę promocji danych produktów
- budujemy strategię komunikacji
- redagujemy informacje prasowe
- wysyłamy komunikaty do mediów
- na bieżąco kontaktujemy się z mediami, badając ich potrzeby redakcyjne
- pozyskujemy publikację
- monitorujemy media
- raportujemy

PR PRODUKTOWY



PR produktowy oleju Inianego marki LenVitol stworzony na podstawie dostarczonych przez nas materiałów

STRATEGIE PROMOCJI MARKI

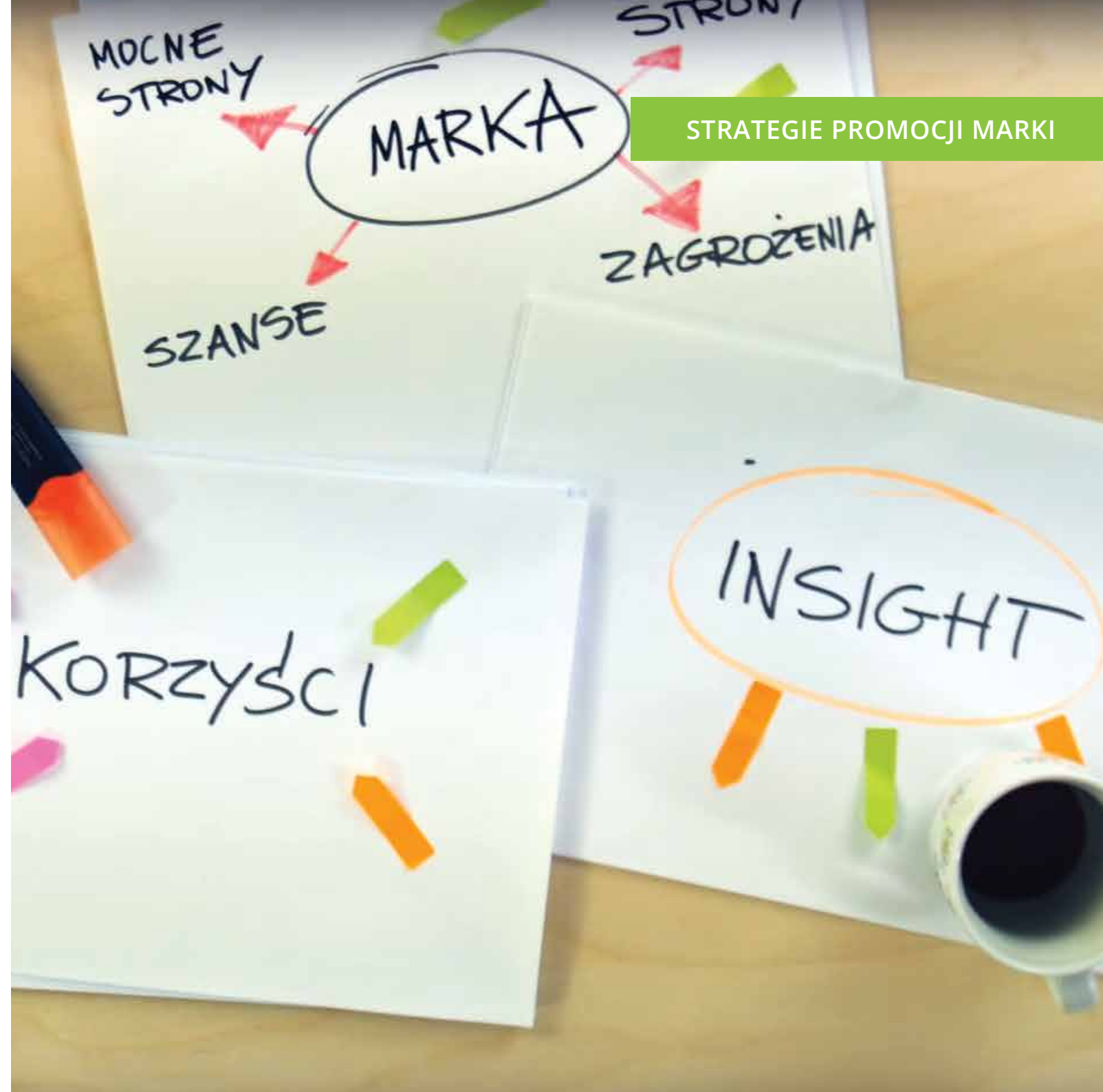
krok po kroku w kierunku osiągnięcia założonego celu

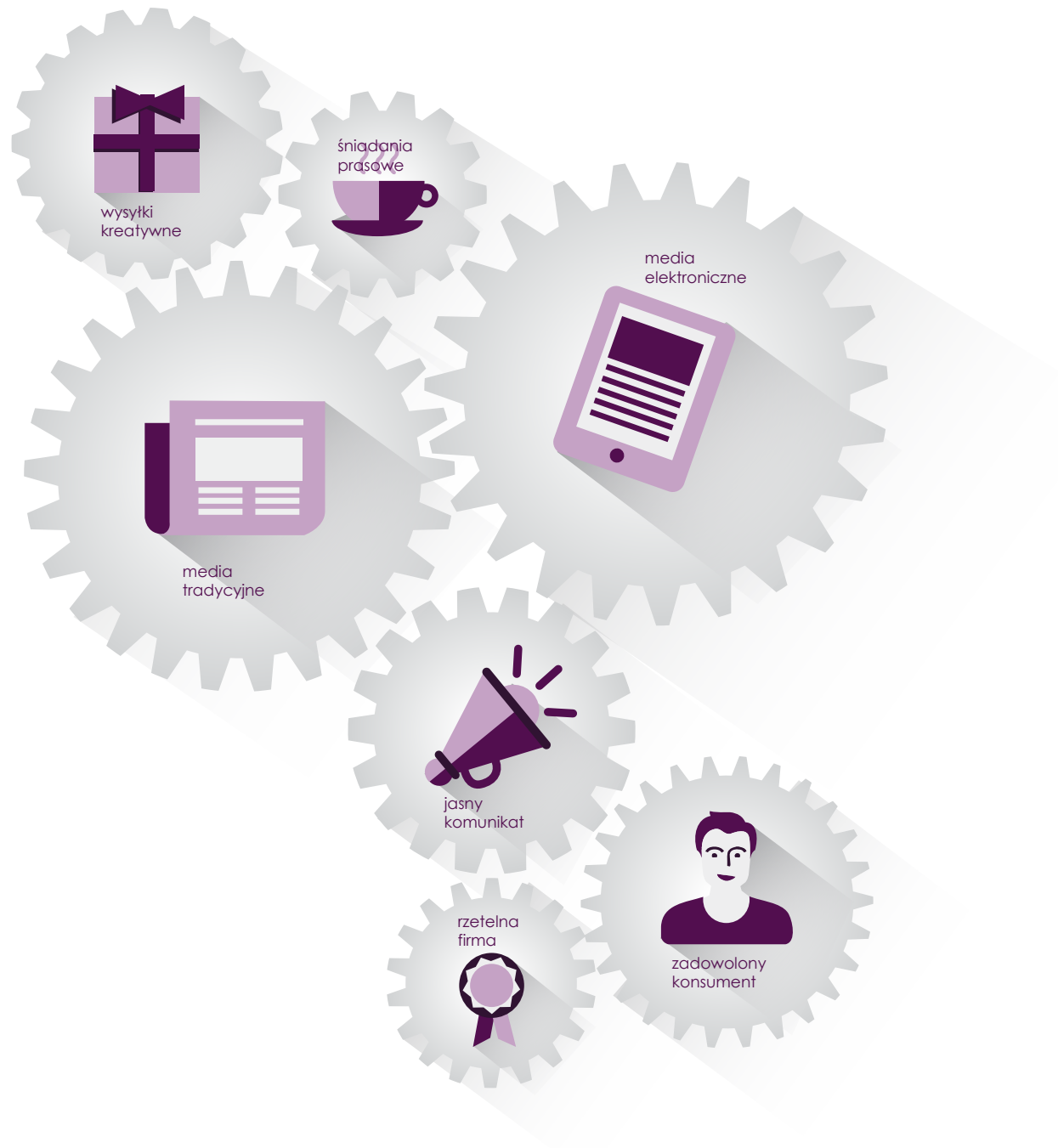
Planowanie strategiczne rozwoju marki wraz z rozkładem jazdy... czyli krok po kroku w kierunku osiągnięcia założonego celu. Helikopterycznie kształtujemy pole rynkowej aktywności produktu, usługi, zgodnie z wcześniej ustaloną misją firmy.

Dzięki przejrzystości skonstruowanej strategii marketingowej osiągniesz swoje cele. Pomożemy Ci osiągnąć sukces marketingowo – sprzedażowy, to prostsze niż Ci się wydaje.

Działania Agencji w tym zakresie:

- przeprowadzamy audyt marketingowo-komunikacyjny w firmie: wewnętrzny oraz zewnętrzny
- określamy zadania rynkowe uwzględniając misję i wizję firmy
- badamy rynek, na którym funkcjonuje firma
- przeprowadzamy badanie konkurencji
- definiujemy potrzeby w zakresie komunikacji
- wskazujemy obszary do poprawy
- proponujemy rozwiązania
- tworzymy podręcznik działań strategicznych
- proponujemy działania krótkofalowe i długofalowe
- wdrażamy zaakceptowane elementy





KROK 2

Pozwól o sobie usłyszeć!



MEDIA & WYSYŁKI KREATYWNE

Poinformuj o najważniejszych wydarzeniach i nowościach produktowych

Kontakty z mediami pozwalają na budowanie i kreowanie wizerunku Organizacji. Umożliwiają one utrwalenie u Odbiorców pozytywnych skojarzeń związanych z marką lub firmą, a także pozwalają na dotarcie do konkretnych grup docelowych. We współczesnym świecie, gdy standardowe przekazy reklamowe stają się coraz bardziej nachalne, a ich Odbiorcy są wobec nich nieufni, działania w zakresie Media Relations pozwolą na subtelne dotarcie do wyznaczonej grupy odbiorców i promocję Twojej marki lub firmy.

Pamiętaj! „Jak cię widzą, tak cię piszą” – zaufaj profesjonalistom i zadбай, by postrzegano Twoją Organizację wyłącznie dobrze... i tak też o niej pisano!

W ramach naszych działań:

- reprezentujemy naszych Klientów w relacjach z mediami, aranżujemy wywiady
- organizujemy konferencje prasowe
- przygotowujemy informacje prasowe oraz utrzymujemy stały kontakt z dziennikarzami
- prowadzimy stały research ofert reklamowych oraz negocjujemy ceny
- opracowujemy koncepcje wysyłek kreatywnych do mediów oraz dostarczamy je osobiście do dziennikarzy
- przeprowadzamy spotkania z dziennikarzami w siedzibach Wydawnictw, połączone np. pokazami kulinarnymi
- organizujemy wspólne akcje konkursowe z mediami, pozyskujemy Partnerów dla akcji naszych Klientów



MEDIA LIFESTYLE

Co to takiego?

Media lifestylowe obejmują media poświęcone kulturze, rozrywce, stylowi życia i gwiazdom. To informacji z tej dziedziny czytelnicy szukają najczęściej w Internecie i prasie.

Dla kogo?

Jeśli chcesz zaistnieć w najbardziej poczytnych mediach lifestylowych, których odbiorcy pokrywają się z Twoją grupą docelową...

Jeśli chcesz uzupełnić swoje działania promocyjne o media relations...

Jeśli wiesz, że odpowiednia kampania promocyjna musi być poparta obecnością w mediach...

Jeśli swoje działania chcesz wesprzeć także płatną kampanią reklamową...

Działajmy wspólnie!

Jakie niesie korzyści?

- marka staje się bardziej rozpoznawalna
- kreujemy wiarygodny i pozytywny wizerunek marki
- trafiamy do odpowiedniej grupy docelowej
- negocjujemy stawki kampanii reklamowych

MEDIA I WYSYŁKI KREATYWNE



Przepis z produktami marki OLE!, wykonany przez blogerkę, w magazynie „PYSZNE” oraz wynegocjowane miejsce reklamowe

MEDIA BIZNESOWE/BRANŻOWE

Co to takiego?

Media branżowe są specyficzną grupą tytułów skierowaną wyłącznie do określonej grupy odbiorców. Cechują się wysokim poziomem prezentowanych treści. Pozyskiwani czytelnicy są stałą i wierną grupą odbiorców.

Po co?

Jeśli chcesz pokazać, że jesteś specjalistą w swojej branży...

Jeśli chcesz pokazać konkurencji, że nie podążasz za rynkowymi trendami, ale sam je wyznaczasz...

Jeśli wiesz, że wizerunek eksperta w branży może przełożyć się na sukces Twojej firmy...

Pozwól o sobie usłyszeć!

Korzyści dla Ciebie i Twojej firmy:

- gwarantujemy bardzo wysoki wskaźnik dotarcia do konkretnej grupy docelowej
- kreujemy markę jako profesjonalną i wiarygodną
- osoby pracujące w firmie postrzegane są jako profesjonalści
- kreujemy wizerunek eksperta w branży



MEDIA I WYSYŁKI KREATYWNE

Artykuł „Program Responsible Care: drzewko za butelkę”
w magazynie „Marketing w Praktyce”

WYSYŁKA KREATYWNA

Co to takiego?

Aby marka była rozpoznawalna o Twoich produktach trzeba poinformować świat! Przedstawiamy je dziennikarzom i blogerom w wyjątkowy sposób. Wtedy oni mogą informować o nich świat!

Dla kogo?

Jeśli relacje z dziennikarzami są dla Ciebie ważne, chcesz zaskakiwać, inspirować do kreatywnego wykorzystania swoich produktów - to działanie jest dla Ciebie. Powiedz nam, jakie wartości mamy przekazać, a my zrobimy resztę. Dobierzemy odpowiednią bazę mediów i dostarczymy przesyłki osobiście, a Ty będziesz mógł cieszyć się z efektów w postaci publikacji. Proste, prawda?

Jakie niesie korzyści?

- pokażesz, że relacje z dziennikarzami są dla Ciebie ważne
- zacieśnisz relacje z mediami
- ocieplisz swój wizerunek
- przekażesz najważniejsze wartości, jakimi cechuje się produkt
- wskażesz na kreatywne zastosowanie produktów Twojej marki
- zaobserwujesz wzrost obecności Twojej marki w mediach



MEDIA I WYSYŁKI KREATYWNE

wysyłka kreatywna do dziennikarzy,
przedstawia „Naturalnie Owocowe”
firmy STOVIT

UŻYTKOWNICY SOCIAL MEDIA 2016



Dla ponad 60% konsumentów marka aktywna w mediach społecznościowych to idąca z duchem czasu, nowoczesna, profesjonalna i prokonsumencka

Marki w globalnych serwisach społecznościowych
- Mobile Institute

www.digitalmediasapiens.com

KROK 3

Zacznij istnieć w sieci!



MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I CYFROWE

Bądź bliżej ludzi!

Internet obecnie znajduje się na podium wśród wszystkich mediów. Co więcej - jest najszybciej docierającym, najprężniej działającym medium. Dlatego nie może tam zabraknąć Twojej marki/firmy.

To przestrzeń komunikacyjna, którą warto zagospodarować - przekonasz się!

Dzięki naszym działaniom Twoja marka będzie charakteryzowała się spójną komunikacją w sieci.

Jak działamy?

- przeprowadzimy szczegółowy audyt poprzedzający działania w social media, zobaczymy jak działa konkurencja, co pozwoli nam na stworzenie indywidualnej strategii dopasowanej do komunikacji marki
- wdrożymy naszą strategię i rozpoczniemy kampanię
- stale będziemy monitorować konkurencję, by móc wyprzedzać jej działania
- wszystkie działania będziemy regularnie raportować, aby wyciągać wnioski o najbardziej efektywnych sposobach dotarcia



PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE

Co to takiego?

Pojęcie to odnosi się do wszystkich mediów internetowych i mobilnych technologii, dzięki którym można komunikować się na różnych poziomach. Media społecznościowe przełamują bariery lokalizacyjne. Pozwalają na utrzymywanie kontaktów społecznych z ludźmi mieszkającymi nawet na drugim krańcu globu.

Dla kogo?

Jeśli cenisz sobie dobry kontakt z Klientami, chcesz ich informować na bieżąco o aktualnych wydarzeniach i nowościach w Twojej firmie, jeśli chcesz, by Wasze relacje były bardziej emocjonalne niż oficjalne, jeśli zależy Ci na przywiązaniu konsumenta i gotów jesteś dać mu w zamian coś od siebie... to działanie jest dla Ciebie.

Jakie niesie korzyści?

- generowanie ruchu na profilach marek/firm
- budowanie pozytywnego wizerunku marki
- dotarcie do większej liczby konsumentów/odbiorców
- budowanie dobrych relacji oraz bieżący kontakt z fanami
- możliwość szybkiej reakcji na sytuacje kryzysowe

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE



Profil marki LenVitol
na portalu społecznościowym Facebook

DZIAŁANIA B2B W SOCIAL MEDIA

Co to takiego?

Działania w Social Media to także odpowiednia przestrzeń dla działań firmowych. Możesz pokazać się jako specjalista w swojej branży i zyskać dobre relacje zarówno z Klientami jak i kooperantami.

Dla kogo?

Jeśli chcesz budować wizerunek swojej firmy jako najlepszego profesjonalisty. Jeśli wiesz, że dobry kontakt z Klientami przynosi mierzalne efekty. Jeśli pragniesz informować o bieżących wydarzeniach i nowościach w Twojej firmie, to działanie jest właśnie dla Ciebie!

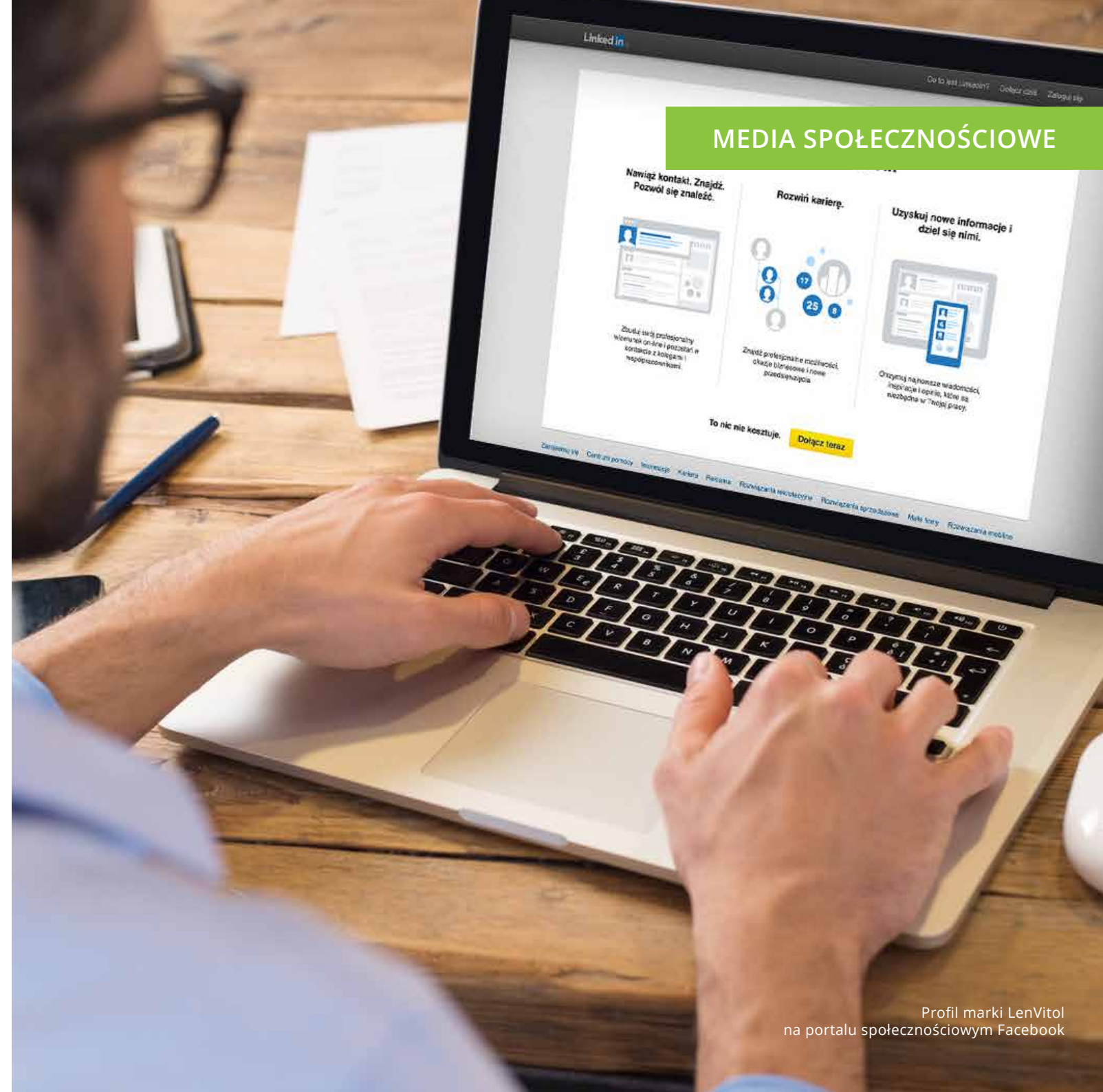
Jakie niesie korzyści?

- budujesz wizerunek firmy jako profesjonalisty w branży
- komunikujesz o nowościach i aktualnościach
- budujesz emocjonalne relacje z Konsumentami

Pinterest – zbuduj swoją bazę inspiracji i działaj!

LinkedIn – twórz trendy w swojej branży i bądź liderem!

Twitter - bądź na bieżąco! Tweetuj!



MEDIA CYFROWE

Co to takiego?

Specjalistyczne działania digitalowe to m.in. strony internetowe, sklepy internetowe, gry oraz aplikacje. Wszystkie te działania bezsprzecznie wpływają na pozytywny wizerunek marki. Dla kogo? Dla każdego kto, dostrzega potencjał wszelkich działań cyfrowych i internetowych. W szczególności dla marek, które chcą pokazać, że są nowoczesne.

Po co?

Jeśli chcesz docierać do nowych grup odbiorców i cały czas pozyskiwać nowych Klientów, kreując przy tym wizerunek lidera w branży? Działaj z nami!

Jakie niesie korzyści?

- pokażesz jak działa Twoja firma
- poziom rozpoznawalności marki i firmy wzrośnie
- dotrzesz do nowych grup odbiorców

MEDIA CYFROWE



Film korporacyjny marki TERMISIL



badanych uznało, że najważniejszą cechą
dobrego programu lojalnościowego B2B
jest brak kruczków prawnych

ogólnopolskie badanie uczestników programów lojalnościowych B2B – LOYALTY insight, zrealizowanego
przez TNS Polska na zlecenie DATA SOLUTIONS

KROK 4

Daj się poznać!



PR KONSUMENCKI

Nagradzaj najwierniejszych!

Zaprezentuj swoją markę w nieszablonowy sposób i zainteresuj konsumenta śmiało, a zarazem atrakcyjnymi dla niego pomysłami.

Agencja PR pomoże Ci poznać potrzeby Klienta, do którego chcesz dotrzeć. Przygotujemy plan działania, który nie tylko spełni oczekiwania Konsumentów, ale zrealizuje cele, które przelożą się na korzyści dla Ciebie.

Jak działamy:

W ramach PR konsumenckiego przygotowujemy programy lojalnościowe, mające na celu przywiązanie Klienta do marki oraz akcje wizerunkowe, które wzbudzają zainteresowanie konsumentów.



TWORZENIE I REALIZACJA PROGRAMÓW LOJALNOŚCIOWYCH

Co to takiego?

Programy lojalnościowe opierają się o sprzedaż produktów, więc mają mierzalny wpływ na odnotowane zyski. To korzyść nie tylko dla Klienta. Dając mu możliwość zdobycia nagrody, bądź zniżki przy zakupie za odpowiednią kwotę, nie tylko sprawiamy, że czuje się wyróżniony obdarowany, ale przywiązujemy go do marki.

Dla kogo?

Jeżeli zależy Ci na lojalności Klienta wobec marki, wypracowanej w taki sposób, by miał poczucie korzyści, które go czekają, by czuł się ważny, wyjątkowy, potraktowany w sposób indywidualny i doceniony jako wieloletni Klient. Zależy Ci na długotrwałej relacji z Klientem, opartej na jego pozytywnych odczuciach wobec marki, czyli na zbudowaniu silnej więzi, której nie zagrażają chwilowe trendy.

Jakie niesie korzyści?

- realny wpływ na sprzedaż (podniesienie częstotliwości zakupów przez lojalnych Klientów)
- zmniejszenie kosztów innych form promocji
- budowanie długotrwałej relacji z Klientem



PR KONSUMENCKI

Nasze hostessy w koszulkach IKEA FAMILY proponują i pomagają zakładać karty IKEA FAMILY

AKCJE WIZERUNKOWE

Co to takiego?

Akcje wizerunkowe to dla marki idealna okazja, by poznać Klienta, jego potrzeby. Organizując wydarzenie, budujemy relację z Konsumentem, mamy okazję do niestandardowych form promocji produktów. W nienachalny i atrakcyjny sposób jesteśmy w stanie przekazać swój komunikat i zrealizować swoje cele przy jednoczesnym utrzymaniu uwagi Klienta.

Jeżeli:

Chcesz wyjść do Klienta, pokazać swoją markę w sposób atrakcyjny, przyciągający uwagę i gwarantujący jej utrwalenie w świadomości Konsumenta

Przykłady realizacji:

- targi OLE! z okazji Dnia Kobiet
- Kino na obcasach OLE!
- rozdawanie toreb IKEA w galeriach handlowych
- rozdawanie bułek IKEA kierowcom w korkach na Fordońskiej (utrudnienia w ruchu- budowa IKEA)

Jakie niesie korzyści?

- budowanie tożsamości i świadomości marki
- budowanie relacji z Konsumentem
- nienachalne komunikaty w atrakcyjnej formie

PR KONSUMENCKI



Akcje wizerunkowe przed otwarciem IKEA Bydgoszcz
- słodkie upominki dla Bydgoszczan, torby IKEA dla każdego



77%



pracodawców uważa, że główna korzyść z posiadania długoterminowej strategii employer brandingowej to łatwość w przyciąganiu talentów

KROK 5

Zadbaj o swoich pracowników!



BUDOWANIE WIZERUNKU STABILNEGO PRACODAWCY

Bądź najlepszy na rynku!

Dynamicznie zmieniający się rynek pracy oraz wysoka konkurencyjność firm poszukujących idealnych kandydatów sprawia, że nie wystarczy być dobrym w swojej dziedzinie. Trzeba to jeszcze zakomunikować całemu otoczeniu organizacji! Budowanie wizerunku pracodawcy to nie tylko działania skierowane do potencjalnych pracowników, ale przede wszystkim do obecnie zatrudnionych.

Poprzez budowanie brandu „pożądanego pracodawcy” chcemy osiągnąć:

- * zmniejszenie rotacji pracowników*
- * zwiększenie grona osób zainteresowanych pracą w firmie*
- * podniesienie jakości pracy*
- * poczucie dumy z pracy w firmie*
- * wzrost zaangażowania i satysfakcji pracowników*

Skuteczne działania z zakresu budowania wizerunku muszą jednak przebiegać dwutorowo!

- Działania skierowane do obecnych pracowników
- Działania skierowane do potencjalnych pracowników



ZADBAJ O SWOICH PRACOWNIKÓW!

– działania skierowane do pracowników

W myśl zasady „zadowolony pracownik to zadowolony klient” dbanie o przyjazną atmosferę pracy oraz możliwości rozwoju kompetencji pracowniczych, powinno stanowić cele priorytetowe każdego pracodawcy. To pozwoli na zwiększenie zaangażowania pracowników, wzrost ich wydajności, by w konsekwencji przełożyć się na zadowolenie klientów i wzrost zysków. Współpracując z zadowolonymi pracownikami, pracodawca jest w stanie osiągnąć więcej!

Aby to osiągnąć, warto skorzystać z doświadczenia profesjonalistów! Przygotujemy dla Twojej Firmy strategię employer branding oraz wprowadzimy projekty i narzędzia usprawniające komunikację wewnątrz firmy dające pracownikom poczucie udziału w wyjątkowej organizacji.

Nasze działania:

- analiza wizerunku pracodawcy wśród pracowników oraz ich oczekiwań względem pracodawcy,
- budowanie wizerunku pracodawcy w mediach społecznościowych
- redagowanie i dystrybucję newsletterów dla pracowników
- doradztwo w zakresie organizacji i wsparcie komunikacji wydarzeń dla pracowników: jubileusze, imprezy integracyjne, szkolenia...



EMPLOYER BRANDING

Magazyn firmowy „Nasz Okechamp”, kwartalnik

DAJ SIĘ POZNAĆ POTENCJALNYM PRACOWNIKOM!

– działania adresowane do potencjalnych pracowników

Budowanie wizerunku pożądanego pracodawcy jest procesem ciągłym. Stale zmieniająca się struktura oraz wymagania rynku pracy wymuszają na pracodawcach konieczność elastycznego podejścia do wymagań kandydatów. Celem tych działań jest stworzenie wizerunku firmy będącej atrakcyjnym pracodawcą.

Jeśli chcesz, aby Twoja organizacja była postrzegana jako wartościowe miejsce pracy, przyciągające najlepszych specjalistów z rynku i dające możliwości rozwoju zawodowego, skorzystaj z naszej oferty! Zaufaj naszemu doświadczonemu zespołowi i wyróżnij się na rynku pracy!

W ramach Employer Branding zewnętrznego oferujemy m.in.:

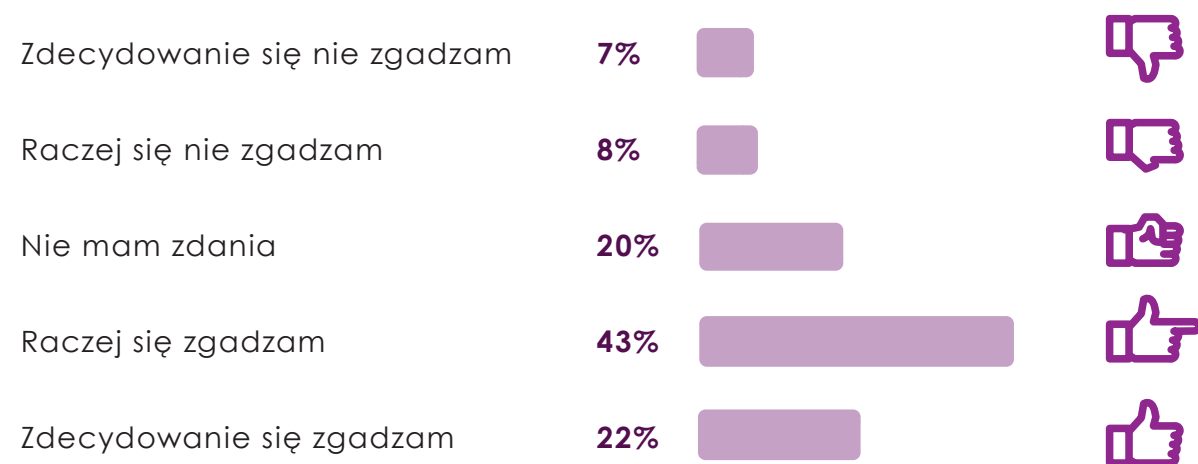
- analizę wybranego segmentu rynku pracy
- opracowanie strategii komunikacji z potencjalnymi pracownikami
- współpracę z kluczowymi mediami dla potencjalnych pracowników
- budowanie wizerunku pożądanego pracodawcy w mediach społecznościowych
- komunikację z kluczowymi partnerami rekrutacyjnymi – np. organizacjami branżowymi, biurami karier, organizacjami studenckimi...
- opracowanie materiałów informacyjnych dla potencjalnych pracowników na targi pracy, dni otwarte itp.

EMPLOYER BRANDING



Event rekrutacyjny „Make a chair & take a seat”
organizowany przez IKEA Bydgoszcz dla studentów lokalnych uczelni

**JESTEM SKŁONNY(-A) BYĆ BARDZIEJ LOJALNY(-A) WOBEC MAREK,
KTÓRE SĄ ODPOWIEDZIALNE, POSTĘPUJĄ ETYCZNIE I DBAJĄ
O ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**



KROK 6

Bądź odpowiedzialny społecznie!



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

*– Buduj swoją firmę na zrównoważonej
komunikacji z otoczeniem*


Strategia zarządzania firmą, której celem jest zachowanie przejrzystości działań oraz budowania pozytywnego wizerunku. Strategiczne i długofalowe czynności uwzględniające interesy społecznej ochronę środowiska w prowadzeniu biznesu. Procesy te prowadzą do trwałego sukcesu przedsiębiorstwa dzięki wdrożeniu dialogu z otoczeniem. Są to również działania umożliwiające wyeliminowanie niepożądanych zachowań lub ich wczesną identyfikację wewnątrz Organizacji. Obejmuje również wdrożenie wysokich standardów i prowadzenie firmy według odpowiednich zasad.

Wdrożenie wysokich standardów + zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa
+ współdziałanie z otoczeniem = SUKCES

*Agencja PR pomoże obrać odpowiedni kierunek i skoordynować wdrożenie projektów
w zakresie społecznej odpowiedzialności oraz linii etyki.*

Nasze działania:

- Fundacja Marwit Smak Zdrowia
- Sekretariat Programu "Odpowiedzialność i Troska"- Akcja "Drzewko za butelkę"
- NEUCA dla zdrowia - Walkathon
- WIŚNIEWSKI "Spełnij marzenie o bezpieczeństwie"



*Tak naprawdę społeczna odpowiedzialność
zaczyna się w nas samych, w pracownikach
i codziennych działaniach.*

FUNDACJA KORPORACYJNA

Co to takiego?

Utworzenie fundacji korporacyjnej o profilu charytatywnym ma na celu usystematyzowanie i ustrukturalizowanie działań społecznych firmy. Projekty fundacji prezentują i odwzorowują wartości i wysokie standardy firmy. Może ona działać na wielu obszarach np. edukacyjno-szkoleniowym czy pomocowym, a wszelkie czynności związane są z procesem promocyjno – reklamowym samej fundacji jak i powiązanej z nią firmy i marki.

Dla kogo?

Działanie skierowane do klientów którzy chcą podnieść poziom relacji społecznych wewnątrz organizacji i podjąć wysiłek zrównoważonego działania oraz troski o swoje otoczenie. Pomagamy zarówno w pracach koncepcyjnych jak i w realizacji wyznaczonych zadań. Nasze działania są spójne i ukierunkowane na założony cel.

Jakie niesie korzyści?

- poprawa reputacji i wizerunku firmy
- wzmocnienie identyfikacji pracowników z firmą
- zwiększenie rentowności firmy
- zrównoważony rozwój otoczenia firmy
- poprawa komunikacji
- wzrost zainteresowania inwestorów
- budowanie przewagi konkurencyjnej
- korzyści finansowe
- bezpieczeństwo i niezawodność
- budowanie poczucia, że istnienie przedsiębiorstwa jest korzyścią dla jego otoczenia
- podniesienie jakości usług/produktów
- wzrost wartości marki w oczach konsumentów

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ
BIZNESU



ZDROWA PAKA Fundacji Marwit Smak Zdrowia
w pierwszym fundacyjnym programie edukacyjnym skierowanym do pedagogów
„Nauczyciel ZDROWO myślicy, dobrze uczący”

AKCJE PROEKOLOGICZNE

Co to takiego?

Decyzje i działania firm zawsze mają wpływ na środowisko, niezależnie od ich lokalizacji. Wpływy te mogą mieć związek z wykorzystywaniem zasobów, umiejscowieniem działań organizacji, emisją zanieczyszczeń, wytwarzaniem odpadów oraz wpływem działań organizacji na siedliska naturalne. Dlatego też istotne jest, aby firmy prowadziły zintegrowaną politykę uwzględniającą bezpośrednie i pośrednie skutki ekonomiczne, społeczne, zdrowotne i środowiskowe swoich decyzji i działań. Obecnie jednym z kryteriów jakim kieruje się świadomy konsument przy wyborze produktów jest właśnie ekologia.

Dla kogo?

Jeżeli chcesz, aby Twoja firma była postrzegana jako odpowiedzialna i zaangażowana ekologicznie, dbająca o najbliższe otoczenie, nowoczesna, podążająca za trendami i świadoma - stwórzmy razem coś dobrego!

Jakie niesie korzyści?

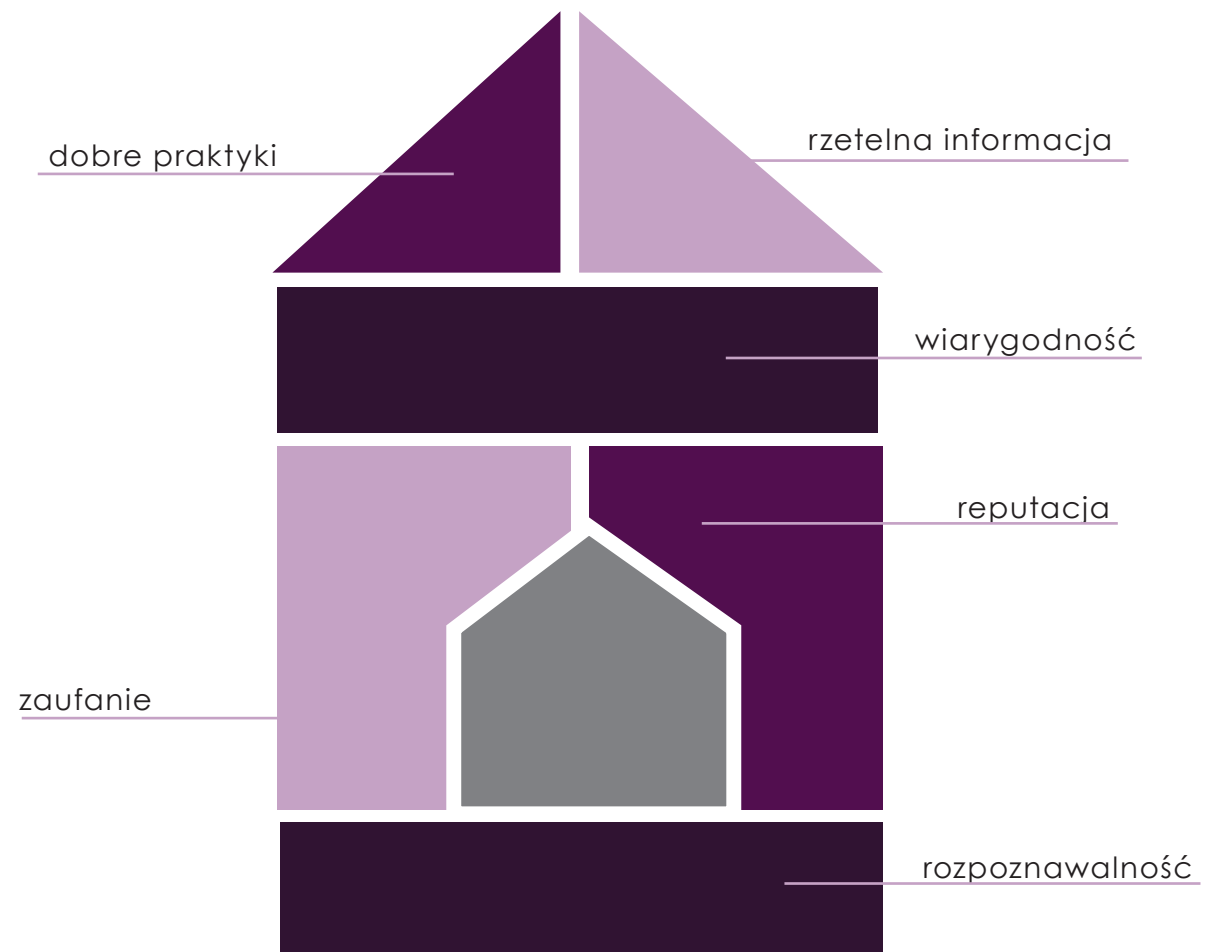
- poprawa wizerunku firmy zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz
- kreowanie wizerunku firmy jako przyjaznej i dbającej o środowisko
- budowanie relacji z konsumentami i otoczeniem firmy
- zwiększenie zaufania i przywiązania do marki



Wystawa pokonkursowa „Złap zająca”, która była imprezą towarzyszącą Międzynarodowym Targom POLEKO w Poznaniu.

Złap Zająca to konkurs fotograficzny, który skierowany jest do pracowników firm skupionych w Programie "Odpowiedzialność i Troska", który polegał na uchwyceniu aparatem fotograficznym ciekawych momentów w przyrodzie

ZWIĘKSZ WARTOŚĆ SWOJEJ FIRMY



KROK 7

Zdefiniuj dobrze swoją firmę!



PR KORPORACYJNY

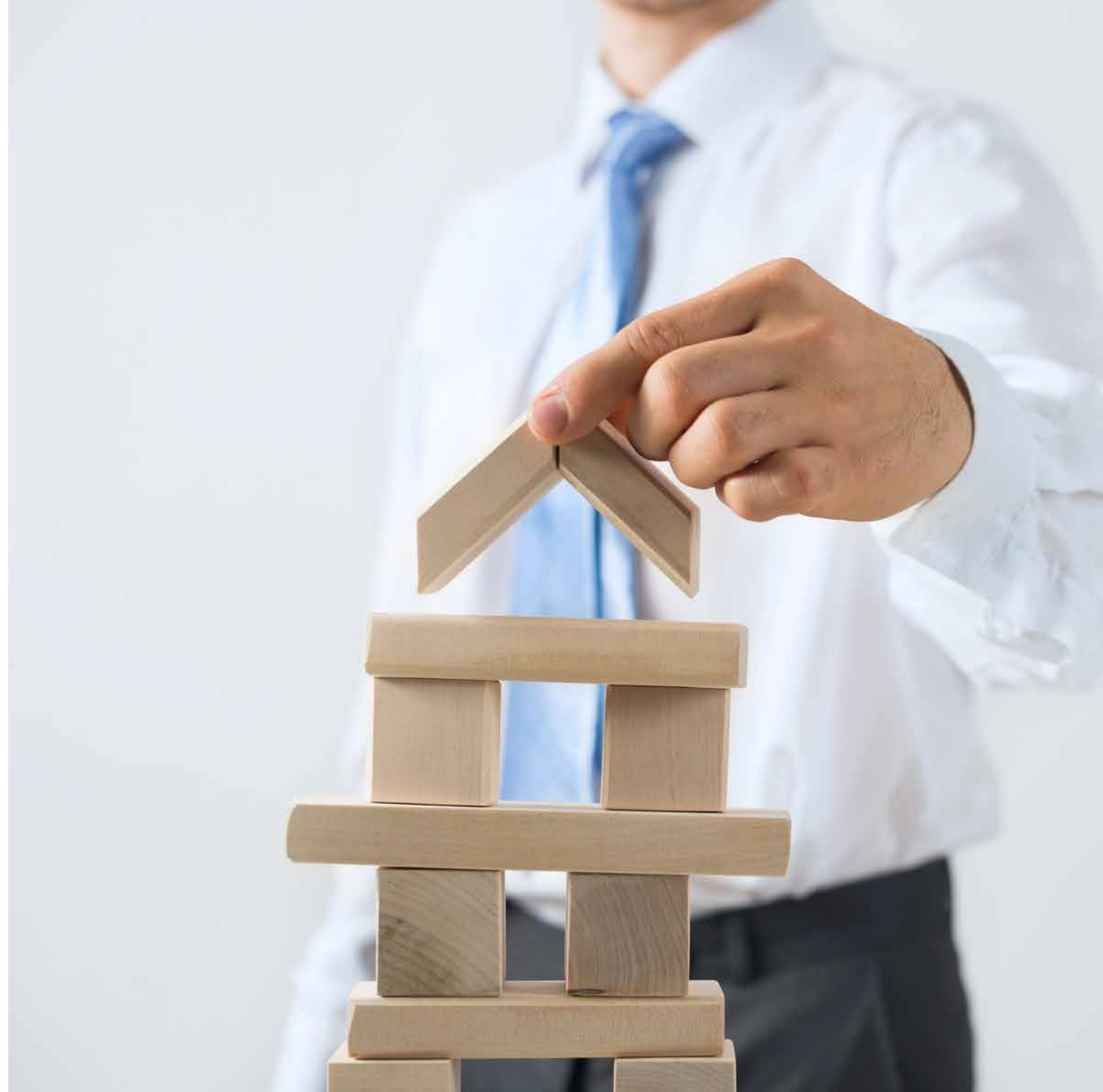
- zbuduj tożsamość swojej firmy

W każdej organizacji szczególne znaczenie ma budowanie oraz utrzymywanie jej pozytywnego wizerunku. Dzięki temu Organizacja jawi się jako rzetelny kontrahent, solidny pracodawca czy dostawca najwyższych jakości usług lub produktów. Dlatego też w działaniach PR każdej organizacji centralnym punktem jest PR korporacyjny. Zakres strategii PRu korporacyjnego oraz poszczególne narzędzia do jej realizacji dobierane są indywidualnie w zależności od potrzeb Klienta oraz zdiagnozowanych przez Agencję słabych stron Organizacji.

Jeśli nie wypowiemy się sami, wypowiedzą się za nas inni. Brak informacji, to pole do spekulacji!!

Działania w obszarze PR korporacyjnego wspierają Organizację w każdym aspekcie prowadzonego biznesu. W tym zakresie oferujemy m.in.:

- expert positioning - wybór Ekspertów oraz przygotowanie materiałów i wypowiedzi oraz ich dystrybucja
- expert online - usługa stanowiąca wsparcie zarządzania reputacją marki w sieci
- biuro prasowe - przygotowywanie korporacyjnych oraz medialnych informacji prasowych
- weryfikowanie możliwości udziału w spotkaniach oraz eventach branżowych - idealne miejsce do nawiązania nowych znajomości i świetna okazja do pozyskania Partnerów handlowych.
- opracowanie Kodeksu dobrych praktyk oraz kodeksu etyki, który wyznacza standardy i buduje strategię działania wobec Dostawców i Partnerów Handlowych,
- opracowanie programu lojalnościowego dla Partnerów – nagradzaj tych, którzy są z Tobą najczęściej i najdłużej
- przygotowywanie STUDY TOUR dla wybranej grupy dziennikarzy do siedziby Organizacji
- opracowywanie strategii CSR – pozytywnie wpływaj na swoje otoczenie
- realizacja filmów korporacyjnych i promocyjnych Organizacji



KODEKS DOBRYCH PRAKTYK

Co to takiego?

Postrzegany jako karta przetargowa w grze o klienta tzw. system samoregulacji.

Dla kogo?

Wspólnie podejmujemy działania w przestrzeni społecznej, ekonomicznej lub ekologicznej, które pokażą Twoje zaangażowanie i pozytywnie wpłyną na Twój wizerunek oraz dobre relacje z otoczeniem

Jakie niesie korzyści?

- Wzmocnienie pozytywnego wizerunku firmy
- kodeks jako znak jakości
- zwiększenie zaufania konsumentów do sygnatariuszy dokumentu
- działanie zgodne z najwyższymi standardami





Prognozuj, przeciwdziałaj, reaguj, niweluj – kryzysowa komunikacja PR w czterech zdaniach
- MindSet Communication Support

KROK 8

Nie daj się zaskoczyć!



PR KRYZYSOWY

Każdy kryzys możesz przekuć w sukces!

Każda organizacja, niezależnie od swojej wielkości, skali czy charakteru działalności, jest narażona na kryzys. Sytuacje kryzysowe mogą wynikać z wielu czynników, zarówno tych zewnętrznych, jak i wewnętrznych związanych z jej codziennym funkcjonowaniem.

Niezależnie jednak od ich źródła ważne jest, by je przewidywać, a w sytuacji ich wystąpienia – szybko i skutecznie reagować! Sytuacje kryzysowe występują z reguły nagle, zupełnie nieoczekiwane.

Ich skutkiem może być pogorszenie wizerunku organizacji i jej pozycji, ale czy na pewno? Informacje na temat kryzysu w organizacji mogą błyskawicznie zaanektować przestrzeń społeczną. Sprzyja temu zarówno popularność mediów tradycyjnych oraz internetowych, jak i kanałów social media.

Kluczowym elementem w zarządzaniu sytuacją kryzysową jest minimalizowanie strat wizerunkowych poprzez skuteczne działania PR.

Jakie działania prowadzimy?

- przeprowadzamy audyty, których celem jest określenie mocnych oraz słabych stron Organizacji, a także wczesna identyfikacja potencjalnych zagrożeń wynikających zarówno z czynników wewnętrznych (charakteru działalności), jak i czynników zewnętrznych (otoczenia)
- przygotowujemy strategię działań kryzysowych, czyli gotowe scenariusze sytuacji kryzysowych wraz z instrukcjami postępowania w przypadku ich zaistnienia
- tworzymy wzory oświadczeń i komunikatów prasowych
- pozostajemy w bieżącym kontakcie z Klientem, analizując zmiany zachodzące w Organizacji, jak i jej otoczeniu, aktualizując i dostosowując strategię działań antykryzysowych
- prowadzimy bieżący monitoring mediów
- prowadzimy komunikację na kanałach social media Klientów i na bieżąco reagujemy na zapytania lub zażalenia fanów





KROK 9

Wyjdź do ludzi!



EVENTY

Pozostań na długo w świadomości konsumentów

Agencja PR zajmie się kompleksową obsługą każdego wydarzenia, które pozwoli wypromować Twoją markę. Dopasujemy charakter eventu, czas i miejsce do celu, który chcesz osiągnąć i do konsumentów, do których chcesz dotrzeć.

Zadbamy o każdy szczegół i punkt po punkcie będziemy koordynować przebieg zaplanowanych działań.

Organizujemy:

- imprezy masowe
- pikniki rodzinne
- imprezy integracyjne (bale)
- konferencje



IMPREZY MASOWE

Co to takiego?

To duże przedsięwzięcie wymagające długoterminowych przygotowań. Pozyskiwanie wszelkich pozwoleń zabezpieczających imprezę to dopiero początek działań Agencji. Do naszych zadań należy przygotowanie scenariusza wraz z atrakcjami i zapewnienie ich realizacji, czyli kontakt z poszczególnymi podwykonawcami. W fazie przygotowań prowadzimy wiele rozmów przewidując różne możliwości i szukając najlepszych rozwiązań logistycznych.

Dla kogo?

IKEA imprezy „otwarciove”

IKEA Ster na Bydgoszcz

IKEA Promocja mebli ogrodowych

Jakie niesie korzyści?

- budowanie tożsamości i świadomości marki
- bezpośredni kontakt (głębsza relacja z konsumentem i budowanie lojalności)

EVENTY



Mecz charytatywny Fundacji Marwit Dla Zdrowia

PIKNIKI RODZINNE

Co to takiego?

Dają możliwość dotarcia do szerokiego grona odbiorców. Atrakcje zarówno dla dzieci jak i rodziców przyciągną z pewnością wielu konsumentów. Dbamy o ich różnorodność, ale przede wszystkim o bezpieczeństwo uczestników.

Dla kogo?

Jeżeli chcesz stworzyć wizerunek marki przyjaznej rodzinie, dbającej o jej potrzeby, nastawionej na obecność dzieci i przygotowanie dla nich atrakcji, które zaimponują nie tylko im, ale także rodzicom.

Chcesz, by Twoja marka była zauważona przez masowego odbiorcę w jednym miejscu i czasie?

Chcesz mieć szansę przekazania komunikatu do masowego odbiorcy i możliwość obserwowania reakcji na ten komunikat i ogólny odbiór marki wśród Klientów?

Jakie niesie korzyści?

- duży korzystny wpływ na odbiór marki,
- budowanie tożsamości marki
- duży rozgłos (promocja marki)



EVENTY

„Szwedzkie kolory nad Brdą” - czyli piknik z IKEA
dziewięć imprez w ośmiu miastach - promocja sklepu IKEA Bydgoszcz

KONFERENCJE/ŚNIADANIA PRASOWE

EVENTY

Co to takiego?

Wydarzenie, które ma przynieść rozgłos marce, bądź działaniom realizowanym w ramach jej promocji. Przeważnie w formie wystąpień, prezentacji, ale może być również urozmaicone pobocznymi atrakcjami nawiązującymi do tematu przewodniego.

Jeżeli:

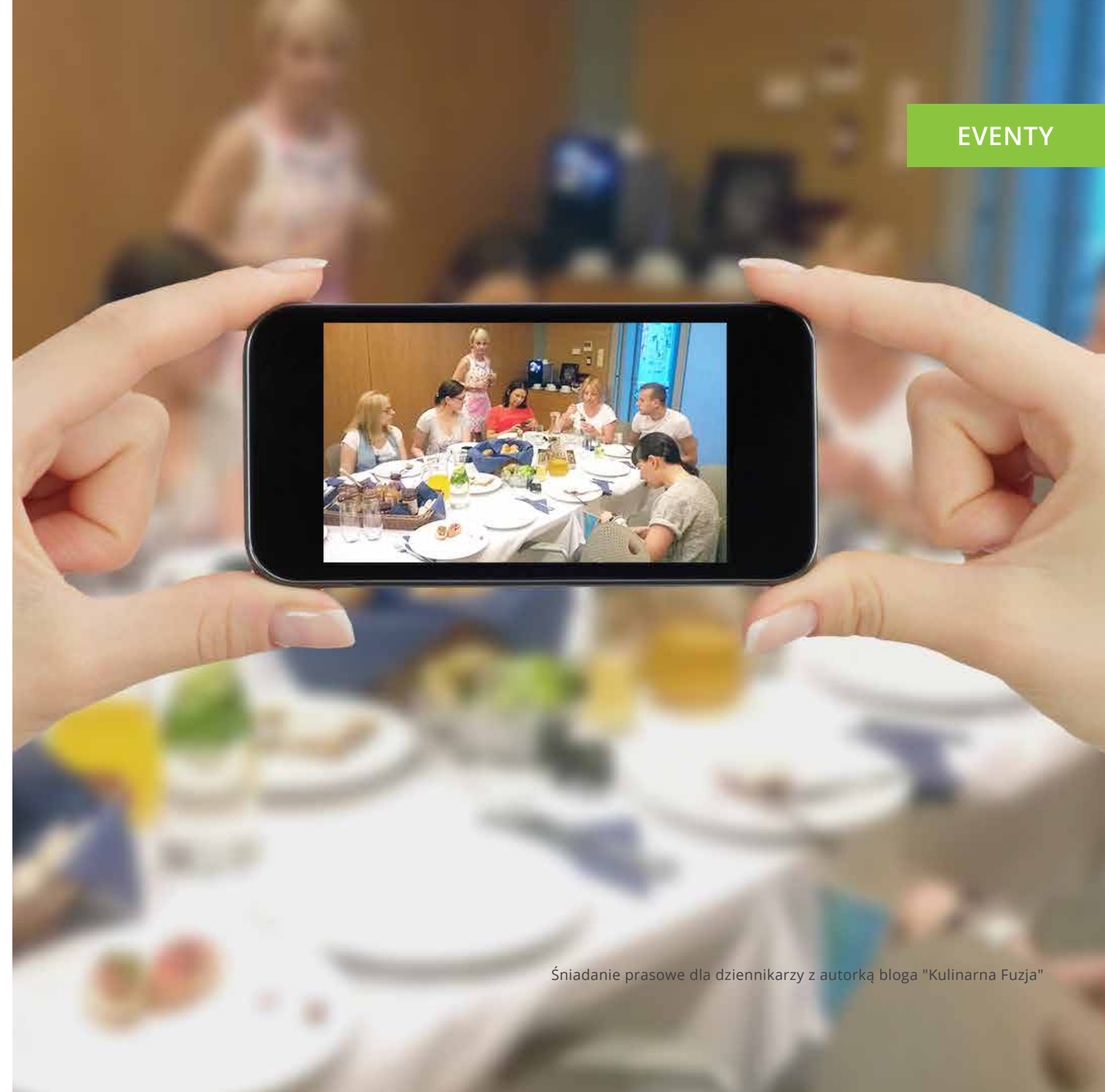
Zależy Ci na rozgłosie medialnym danego wydarzenia związanego z marką, przekazaniu informacji szerokiemu gronu odbiorców za pośrednictwem wiarygodnych dla niego źródeł
Zależy Ci na utrzymaniu pozytywnych relacji z mediami regionu, czy ogólnopolskimi, w celu nawiązywania korzystnej współpracy

Dla kogo?

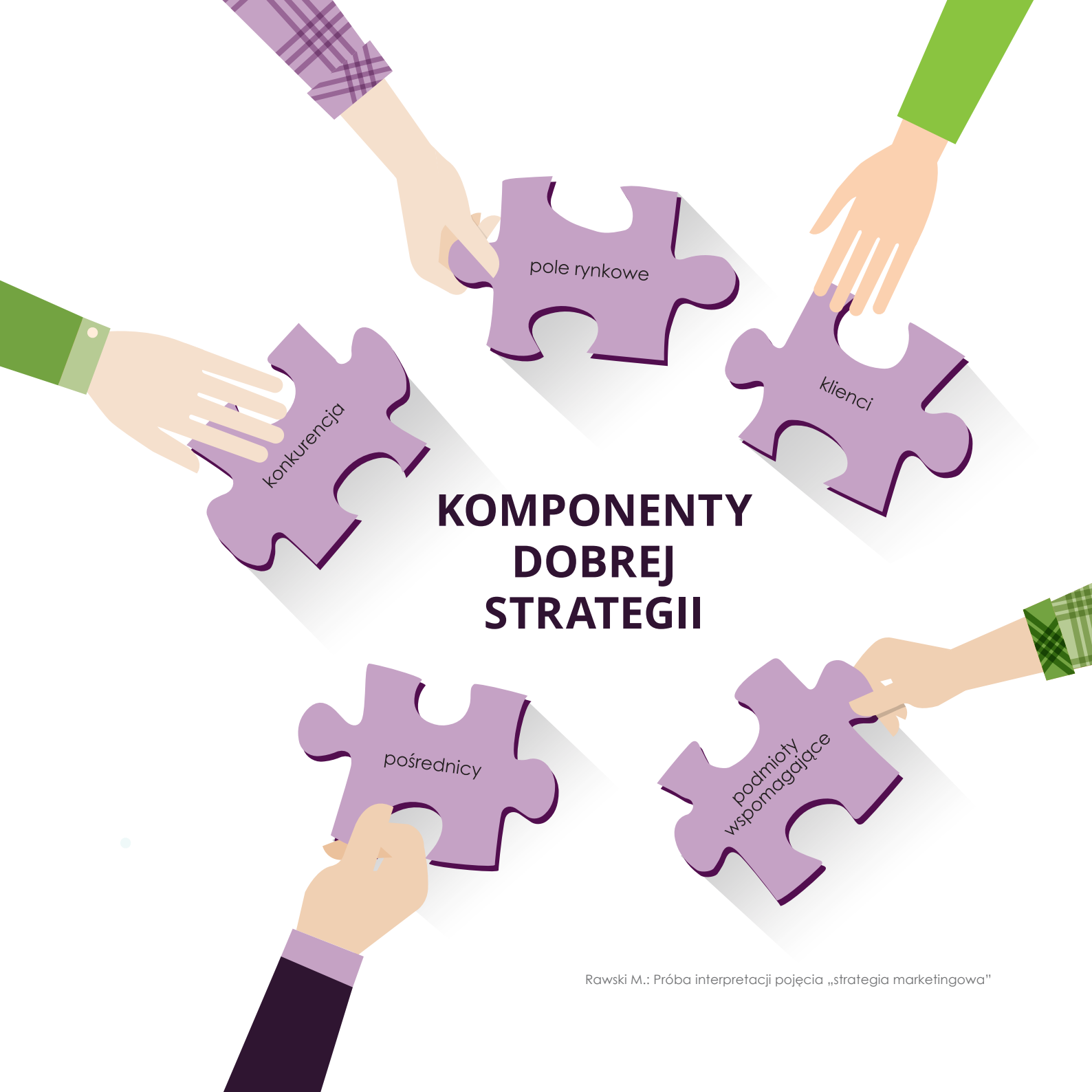
Marwit – Akcja Marwitalizacja
Holiday Inn - otwarcie
IKEA – wprowadzenie nowego katalogu
Stovit – Śniadanie prasowe

Jakie niesie korzyści?

- Budowanie relacji z mediami,
- promocja marki/wydarzenia/produktu na dużą skalę
- szybkie dotarcie z informacją do wielu źródeł



Śniadanie prasowe dla dziennikarzy z autorką bloga "Kulinarna Fuzja"



KOMPONENTY DOBREJ STRATEGII

Rawski M.: Próba interpretacji pojęcia „strategia marketingowa”

KROK 10

Stwórz plan działania!



SKUTECZNA STRATEGIA MARKETINGOWA – bo liczy się Twój zysk!

Jesteśmy zdania, że działania PR-owe powinny być częścią spójnej strategii rozwoju Twojej firmy. Dlatego pomożemy Ci zaprojektować strategię marketingową, zgodną z misją Twojej firmy i nakierowaną na Twoich Klientów. Postawimy sobie mierzalne cele krótko- i długoterminowe i dopilnujemy, aby były one podporządkowane Twojej wizji. Nie uznajemy sztamperów i nie mamy dla Ciebie gotowego szablonu rozwiązań. Punkt wyjścia jest jednak zawsze taki sam, ponieważ są 3 elementy, na których opiera się każda przemyślana strategia marketingowa:

- misja firmy
- cele firmy
- zadania rynkowe

Dzięki nam budujesz swój zysk równoległe z wizerunkiem Twojej firmy.

Stawiamy na kreatywność, a słowo „marketing” rozumiemy szeroko – jako każde działanie, jakie przyczynia się do wzrostu sprzedaży produktów i usług.

Może to być:

- kampania reklamowa
- marketing wirusowy
- marketing partyzancki
- content marketing
- reklama natywna
- zwiększenie obecności na portalach społecznościowych
- przeprowadzenie ankiety
- analizy online
- tworzenie list mailingowych i newsletterów



ANKIETA WIZERUNKOWA

Co to takiego?

Dbamy o to, aby każdy Twój krok był oparty na zweryfikowanych informacjach i danych. Jedną z metod naszej pracy to ankieta, którą możemy przeprowadzić na wybranej grupie dziennikarzy lub konsumentów, aby dać Ci informację zwrotną o tym, jak Twój produkt czy marka jest przez nich postrzegany w danej chwili. Pytamy o skojarzenia z Twoją firmą i wiedzę na jej temat, a wyniki naszego badania dostarczamy Tobie w formie przejrzystego raportu.

Dla kogo?

Zmieniłeś właśnie system identyfikacji swojej firmy? Działasz już jakiś czas na rynku, ale nie wiesz, jak funkcjonuje Twój wizerunek? Dzięki nam masz szansę sprawdzić, czy rebranding był sukcesem i jakie skojarzenia niesie za sobą nowy wizerunek. Przeprowadzimy dla Ciebie ankietę, która pomoże nam zbudować dalszą strategię.

Wiedza to klucz do sukcesu! Z nami dowiesz się:

- czy marka jest rozpoznawalna
- jak postrzega Twoją firmę środowisko dziennikarskie
- w jaki sposób przedstawia się Twoją firmę potencjalnym klientom
- czy system identyfikacji jest zgodny z wartościami Twojej firmy i trafnie je przedstawia

STRATEGIE MARKETINGOWE



Badanie znajomości marki Sanplast

Zaufani nam:



*A teraz przed Tobą najważniejszy krok
- rozpocznij współpracę
z AchA Public Relations Sp. z o. o.*



AchA Public Relations Sp. z o. o.

acha@achapr.eu

ul. Nowogrodzka 42/19
00 - 695 Warszawa

+48 22 213 94 55

www.achapr.eu