



MediaSerwis[®]

Projektowanie rozwoju przedsiębiorstw

Wyróżniające

Oryginalne

Efektywne

Doradztwo
Biznesowe

Wzornictwo
Przemysłowe

Obsługa
Marketingowa

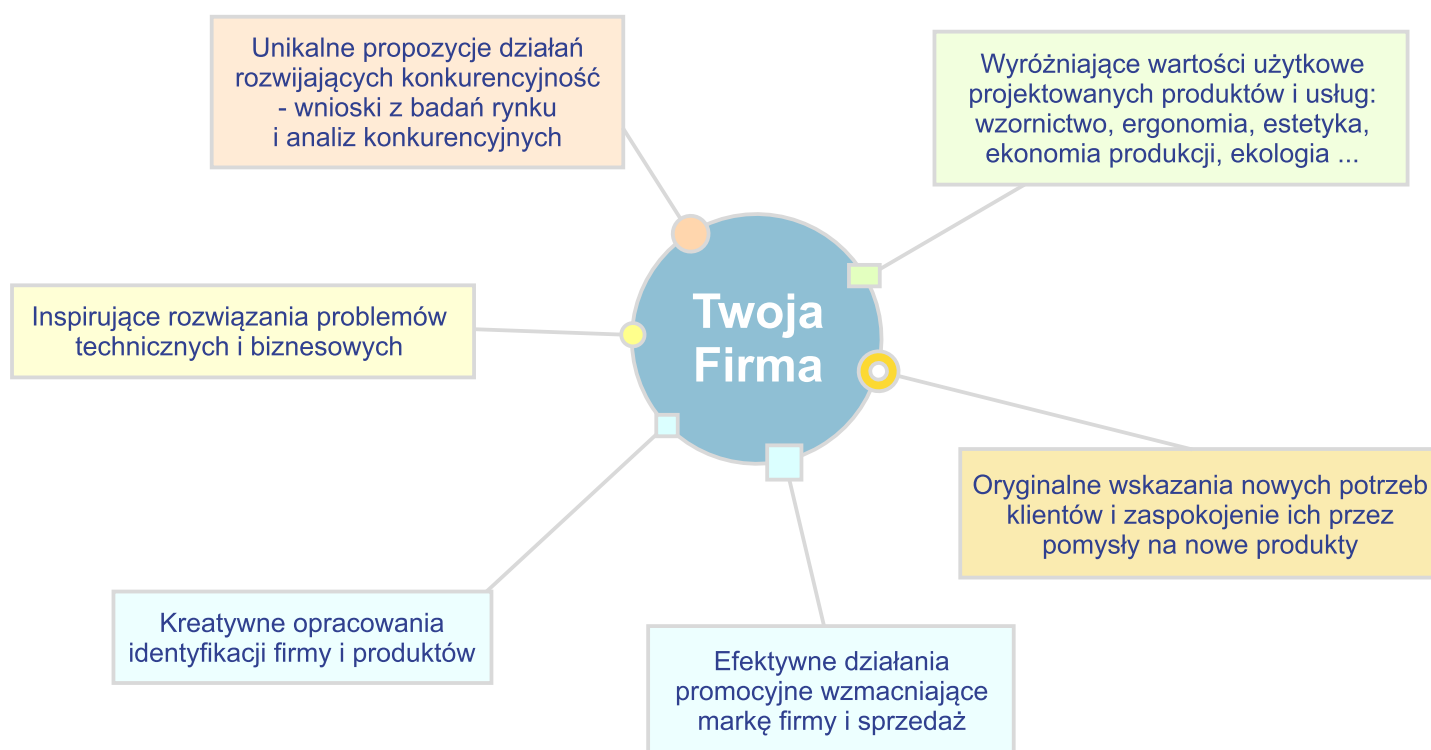
Prezentujemy Państwu trzy specjalności firmy MediaSerwis - **Doradztwo Biznesowe, Wzornictwo Przemysłowe i Obsługę Marketingową**. To propozycje wsparcia dla firm w dziedzinach: budowania strategii rozwoju, rozwiązywania problemów biznesowych, technicznych i społecznych, projektowania wyrobów, opracowywania pomysłów na nowe produkty, tworzenia strategii marek i systemów identyfikacji oraz planowania i realizacji działań promocyjnych oraz Public Relations.

W pracach mają zastosowanie autorskie metody inspiracji, tworzenia wizji, idei, strategii, kreowania pomysłów oraz umiejętności łączenia wiedzy biznesowej i branżowej z twórczością artystyczną.

Ze względu na elastyczność naszej oferty naszymi Klientami są zarówno spółki giełdowe, grupy kapitałowe jak i specjalistyczne kilkuosobowe firmy z różnych branż i start-upy.

Od 28 lat realizowana jest misja naszej pracy:

Każdy Klient dzięki innowacyjnym pomysłom zyskuje konkurencyjną pozycję na rynku!



Dla poznania szczegółów naszych prac zapraszamy do serwisu: www.inspiracjebiznesowe.pl



INSPIRACJE BIZNESOWE

Wydanie nr 2023-1

ISBN 64619

W ramach prezentacji oferty firmy MadiaSerwis zostały umieszczone materiały **Wydawnictwa Inspiracje Biznesowe**. To materiały edukacyjne skierowane do właścicieli i dyrektorów firm. Celem Wydawnictwa jest inspirowanie do rozwoju i zmian przez stosowanie nowych pomysłów i innowacji w ofertach, produktach, technikach zarządzania i strategii działania.

MULTI ...

Multimedialność, multikanałowość komunikacji z klientem, multikanałowość dystrybucji, multikooperacyjność, multilogistyka, multikulturowość, multijęzykowość. Tak, do słowa „multi” w biznesie musimy się przyzwyczaić, polubić i wykorzystać!

Rozwój przez start-upy

Firmy średnie i duże szukając przewag konkurencyjnych w ramach budżetów i dotacji na innowacje otaczają się małymi firmami - start-upami, które swoim działaniem wzbogacają ich aktualną ofertę a wybiegając w przyszłość wytyczają nowe drogi rozwoju oferty firmy matki, w zamian zyskując wsparcie i współdziałanie z silnym podmiotem na rynku.

Konfekcjonowanie = sprzedawanie

Spowolnienie gospodarcze wymusza daleko idące konfekcjonowanie produktów - sprzedaż w maksymalnie małych porcjach dla obniżenia jednostkowych kosztów zakupu.

Serwis - Drugi Dział Sprzedaży

Dystansowanie konkurencji wysokiej jakości serwisem i wtórnym obiegiem używanych produktów polegające na naprawach i wymianie części (tak jak w nowszych produktach) i udzielaniu nowej gwarancji:

- ekonomiczne zakupy klientów, bezpieczeństwo sprawności, wysoka wartość produktów w kolejnej odsprzedaży
- ekologiczne wykorzystanie zasobów - pozostawianie lub remontowanie fizycznych elementów produktów i ich unowocześnianie przez instalację automatyki i oprogramowania
- stopniowanie cen w ofercie firmy
- efektywne budowanie marki firmy.

Ekspresowe podniesienie skuteczności działania

- zajęcie się tym na co mamy wpływ!

Rozwijanie firmy przez kompetencje dostawców

Czyli dążenie do współpracy z takimi firmami, które nie tylko dostarczają same towary, surowce lub półprodukty, ale dodatkowo oferują doradztwo, prace optymalizacyjne, dobór towarów pod kątem ekonomii, oszczędności czasu, wartości dla klientów końcowych. Takie podejście prowadzi do długotrwałych zmian w wynikach firmy. Przykład: Firma sprzedająca dodatki i surowce dla Piekarni poza samą dostawą świadczy usługi optymalizacji procesu pieczenia, nowych receptur, uatrakcyjnienia produktów firmy klienta przez oferty dodatków smakowych i dekoracji. Współpraca Piekarni z takim dostawcą to droga do rozwoju oferty, utrzymania zainteresowania ofertą klientów a docelowo do wzrostu zysków i utrzymania się na rynku.



Wyznacz ambitne cele dla firmy - wzrośnie konkurencyjność oferty i jakość pracy

Wyznaczanie realnych, ale też ambitnych celów dla firmy, jest jednym z podstawowych zadań dla właścicieli i zarządu firm.

Czym bardziej cele te będą kłaść nacisk na zaangażowanie i innowacyjność pracowników, tym praca ich będzie pełna wyzwań i nauki. To sposób na rozwinięcie kompetencji pracowników w firmach, gdzie struktura firmy jest płaska - mało szczebli kariery. By wyznaczone cele miały sens muszą być mocno osadzone w specyfice i realiach biznesowych firmy - być realne a jednocześnie nie realne do wykonania jeżeli nie ma się planu ich realizacji. Mają odstraszać stopniem trudności konkurentów a zachęcać potencjalnymi zyskami i profitami klientów. Promując firmę mają wabić każdego, natomiast nieliczni wiedzą jak je osiągnąć. Tu leży źródło przewagi wynikające z realizowania takich wyzwań w firmach. Wielu o tym mówi, ale nieliczni to robią.

Przykłady długofalowych celów:

- dojście do 2-dniowej realizacji zleceń z aktualnej 4-dniowej
- dojście do pozyskania 90 % surowców do produkcji z recyklingu - aktualnie 30 %
- 50 % energii cieplnej pochodzi z paliw odnawialnych - aktualnie 10 %
- 25 % obniżka zużycia energii elektrycznej
- obniżenie kosztów transportu o 10 %
- ...

***Nierealne stają się realne.
Czym ambitniejsze cele tym
ciekawsza praca w firmie
oraz bardziej
konkurencyjna oferta***

POMYSŁ NA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ

Polega na oferowaniu wybranym grupom firm i instytucji, dla których zanik prądu ma krytyczne znaczenie dla działania i obsługi klientów, gwarantowanej szybkiej dostawy zasilania. Zawieranie umów na dostawy mobilnych generatorów prądu z gwarantowaną mocą i czasem działania. Usługa abonamentowa rozpoczyna się montażem u klienta - złącza do wpinania się w jego instalację elektryczną, z mobilnym zasilaniem dla kluczowych urządzeń i instalacji. Firma działa jak firma ochroniarska z centrum dyspozycyjnym, gdzie nadzorowi podawany jest stan pogody, stan linii energetycznych oraz stan zasilania u klientów a także status pojazdów z mobilnymi generatorami spalinowymi, gazowymi, akumulatorowymi, solarnymi, itp. Różne formy zasilania generatorów - różne wymogi czystości, hałasu, itp. Przykładowe grupy klientów:

- drukarnie
- wybrane gabinety medyczne kosmetyczne, weterynaryjne
- lokale gastronomiczne i rozrywkowe
- obsługa dużych palców budów i remontów
- imprezy cateringowe, sportowe, artystyczne, targowe
- hodowle zwierząt w klimacie specjalnym
- magazyny klimatyczne towarów.

Promocyjne wojny cenowe

Jeżeli sprowadzimy przekaz promocyjny tylko do tematu cen uwikłamy się w wojny cenowe, na które konkurenci odwetowo odpowiedzą obniżkami cen. W takiej sytuacji pozostaje niewiele dróg wyjścia. Jedną z nich jest wdrażanie innowacji, precyzyjna segmentacja rynków, oferty kierunkowe, rozwijanie serwisu i usług doradczych. Trudne? Tak, ale to jedyne rozwiązania by nie wypaść z rynku. Można też nie wdawać się w wojny cenowe, ale to strategia działania nakierowana na redukcję oferty połączoną ze specjalizacją oraz drastycznym podniesieniem jakości.



***W świecie gdzie
przyspiesza wszystko
wolne tempo i wyciszenie
staje się ofertą luksusową***

Zawsze trzeba tworzyć własne marki i produkty

Będąc aktualnie kooperantem - producentem podzespołów, części lub wyrobów sprzedawanych w sieciach handlowych trzeba budować własną ofertę markowych produktów. Inaczej firma skończy jako podwykonawca realizujący zlecenia za najniższe stawki, aż do wydrenowania sił i środków czyli upadku z braku nowych inwestycji i rozwoju nowych kompetencji.

Szukając oszczędności

Przeprowadzenie audytu energetycznego mimo wszystko warto powierzyć własnym pracownikom. Mimo, że to trwa dłużej i wymaga doszkolenia, to wiedza wyniesiona z przyjrzenia się firmie od strony kosztów jest bezcenna i nie odparuje z głów jak kolejne szkolenia. U pracowników zostaje wiedza, powstają nowe nawyki zrodzone nie z nakazu, ale ze zrozumienia tematu i jego poznania na miejscu swojej pracy. Audyt energetyczny to wstęp dla niemającego końca procesu wdrażania oszczędności. Wzbogacenie audytu systemem KENBAN spowoduje, że zmiany obejmą nie tylko media ale i efektywność miejsc pracy.

***Oszczędne postawy
pracowników
- nagradzanie sprzyja
utrwaleniu nawyków***

Obniżanie kosztów Outsourcing

Skupienie energii na tym co przynosi firmie największy dochód!

Poprawia efektywność firmy - gdyż ta sama ilość ludzi w firmie może wykonać dwa razy więcej zadań i prac niż przed podziałem i wydzieleniem pierwszoplanowych i drugoplanowych działań o wyższej i niskiej zyskowności.

ETAPY WDROŻENIA OUTSOURCINGU:

1. Zdefiniowanie czym firma ma się zajmować - określenie kluczowego biznesu, czyli to na czym zarabia i w czym ma faktyczną przewagę konkurencyjną
2. Analiza konkurencyjna firmy, analiza rynku i branży
3. Organizacja wewnętrznych procesów w firmie i ich ocena finansowa - co i jak można wydzielić poza firmę
4. Opracowanie mechanizmów kontroli kosztów procesów wewnętrznych i tych przeznaczonych do outsourcingu
5. Zastosowanie porównań kosztów własnych i ofert rynkowych firm zewnętrznych
6. Optymalizacja procesów i dojście do granicy rozwiązań kosztowych i organizacyjnych w firmie. Wtedy można szukać tańszych i wydajniejszych rozwiązań na rynku.

Outsourcing powinien być wpisany w strategię działania firmy. Firmy coraz mniej inwestują w majątek trwały a coraz więcej w doskonalenie procesów związanych z działalnością podstawową. Zarządzanie ryzykiem to istota outsourcingu - to określanie przy jakim sposobie organizacji, oferta firmy będzie jakościowo i terminowo wykonana dla klienta.

Szukanie firm zewnętrznych po wewnętrznej reorganizacji firmy i ustaleniu, które obszary firmy są przeznaczone do outsourcingu:

- zdefiniowane oczekiwania do firmy zewnętrznej
- świadomość pracowników o wartości rozwiązań outsourcingowych
- skatalogowanie, opisanie i wycena prac wewnątrz firmy - poszukiwania tańszych rozwiązań na rynku
- określenie ryzyka i zabezpieczenia w umowie z firmą zewnętrzną.

wzornictwo przemysłowe



Prace z zakresu **Wzornictwa Przemysłowego** to wymierny element budowania przewagi konkurencyjnej. Znaczenie treści produktu ale i formy w czasach intensywnej presji innych konkurentów jest wysoce poszukiwanym atrybutem przez klientów. W wielu przypadkach to atrakcyjność wizualna, innowacje i ergonomia mają znaczący udział w decyzjach zakupowych. Trend ten dotyczy nie tylko producentów dóbr konsumpcyjnych ale przenosi on swój mechanizm na dobra inwestycyjne. Estetyczna inwestycja firmy jest jej wizytówką i sygnałem dynamicznego rozwoju dla pracowników i otoczenia firmy - w pracy także kupujemy naszymi zmysłami.

Prace wzornicze realizowane są na podstawie analizy trendów rynkowych, krajowych, europejskich i globalnych oraz autorskiego systemu procedur i technik kreowania pomysłów. Znajdywanie rozwiązań, alternatyw dla zadanych tematów wzorniczych, poszukiwanie nowych produktów, nowych idei, funkcji, zastosowań to fundament warsztatowy realizowanych prac. Prace mają szczególny wyróżnik w postaci ich optymalizacji przez autorskie narzędzia informatyczne wyspecjalizowane na: ergonomię dłoni, ergonomię stanowisk pracy, kreowanie linii kształtowych, efekty świetlne, itp.

Poza pracą projektową do bezpośredniego wdrożenia - Opracowanie Wzornicze, wykonywane są wizje nowych kategorii, ofert i produktów. Wyniki takich prac zawarte w Studium Wzorniczym lub Studium Wzorniczo-Innowacyjnym dotyczą zarówno firm produkcyjnych, usługowych jak handlowych, które planują rozwój swojej oferty w perspektywie od roku do trzech lat.

PRACE WZORNICZE

- 🎯 **Studium Wzornicze** - projektowanie nowych kierunków rozwoju ofert, produktów i modeli działania dla producentów
- 🎯 **Opracowania Wzornicze** - projektowanie zdefiniowanych nowych produktów - budowa, działanie, ergonomia, kształty, faktury, kolory, ...
- 🎯 **Analiza Wzorniczo-Innowacyjna** - analiza aktualnie produkowanych produktów, maszyn i urządzeń - opracowanie etapowych planów wdrażania innowacji i zmian we wzornictwie
- 🎯 **Opracowania pomysłów, wizji i koncepcji** na nowe produkty na zadane technologie produkcji, materiały, podzespoły i wybrane grupy klientów





DORADZTWO BIZNESOWE

To strategie, plany, wnioski, sugestie, pomysły, alternatywne rozwiązania problemów. Prace doradcze mają dwa cele - stworzyć przewagi konkurencyjne i obniżyć ryzyko podejmowanych decyzji biznesowych.

Oto ich główne zastosowania:

- wieloletnie plany działania firm
- podnoszenie jakości produktów - budowa, działanie, surowce, wzornictwo
- budowa nowych, przebudowa aktualnych ofert handlowych
- planowanie i optymalizacja działań promocyjnych
- nowe kierunki na działalności gospodarcze o różnej wielkości i zasięgu działania
- kierunki dla prac badawczo-rozwojowych i innowacyjnych
- wskazania obszarów prac projektowych - wzorniczych nad nowymi produktami Państwa firmy.

PRACE DORADCZE

STRATEGIA ROZWOJU FIRMY

Praca dostarcza scenariusze rozwoju mając na uwadze realia rynkowe i potrzebę wieloletniego działania. Strategie budowane są wokół tworzenia wartości firmy, kreowanie wartości rynkowej dla klientów, stosowania innowacyjnych modeli działania i procesów, efektywności operacyjnej i organizacyjnej oraz wykorzystania standardów i innowacji w technologiach branżowych. Strategia dla już działających firm to nadanie nowych możliwości rozwoju i zmian oraz wykorzystanie ukrytych potencjałów i rezerw. Strategia Rozwoju dla nowych firm to nadanie im od samego początku wieloletnich wizji rozwoju, uwzględniając ich codzienną pracę, etapowe inwestycje oraz działania ograniczające ryzyka biznesowe.

STUDIUM INNOWACYJNE

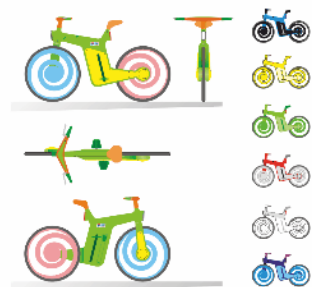
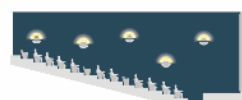
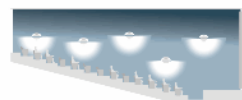
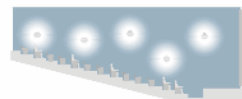
To narzędzie do opracowania pomysłów na rozwiązanie zadanego problemu biznesowego dotyczącego strategii, nowych kierunków rozwoju i inwestycji, nowych ofert i produktów. Opracowane Studium na zadany temat zawiera listę rozwiązań wyprzedzających aktualną sytuację rynkową pozwalając na budowanie przewagi konkurencyjnej.

Studium Innowacyjne wskazuje nowe szanse i potencjały rynkowe umocowując w nich nowe produkty, które mogą przestawić na nowe tory rozwoju aktualną Państwa działalność lub być planem na nowe biznesy i dywersyfikacją zasobów finansowych.

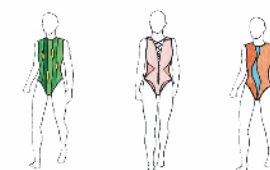
KREACJA PRODUKTOWA

To praca mająca na celu opracowanie pojedynczego pomysłu lub zestawu pomysłów na nowe produkty fizyczne lub cyfrowe. Uwarunkowaniem realizacji pracy są różnorodne wymagania rynkowe i techniczne odpowiadające specyfice biznesowej Zleceniodawcy, posiadaną lub planowaną w inwestycjach technologią produkcji, wiedzą pracowników, używanymi materiałami, odpadami, surowcami z recyklingu, itp.

W tej interdyscyplinarnej pracy łączymy wiedzę biznesową, analizy branżowe, techniki kreowania pomysłów z twórczością projektową z zakresu wzornictwa. Zestawienie tak różnych dziedzin pozwala analizować i rozwiązywać problemy w sposób niestandardowy, twórczy i innowacyjny. Takie też są wnioski i propozycje zawarte w dokumentacji pracy tworzące przewagi firmy na wiele lat do przodu.



Obrzyd dla kobiet



Strój kąpielowy dla kobiet



LISTA
NOWE PRODUKTY
WIELOBRANŻOWE
FIZYCZNE I CYFROWE

304 propozycje



Podstawowe błędy w zarządzaniu

1. Upajanie się sukcesami z przeszłości - braki w kontroli sytuacji bieżącej i planowaniu działalności na przyszłość.
2. Niezmienność stylu zarządzania mimo, iż firma stała się bardziej rozbudowana, wielooddziałowa, zatrudnionych jest więcej pracowników, działa w nowych branżach ...
3. Brak dostrzegania szans i zagrożeń oraz brak szybkiej reakcji, nieprzystający sposób działania firmy do warunków rynkowych
4. Zły obieg informacji w firmie. Pracownicy nie dostarczają prawdziwych (dobrych i złych) informacji do Dyrektorów - panuje strach przed kontaktami z kierownictwem firmy.
5. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych, kredytowych. Bez rozpoznania rynku, potrzeb klientów, opracowania planów alternatywnych i planów na wypadek niepowodzenia.
6. Wykonywanie szybkich ruchów w temacie nawiązywania współpracy, aliansów, kooperacji, przejęć, ...
Bez skupienia się na analizie faktycznych zysków i kosztów
7. Przejście od jednej skrajności: braku zmian do drugiej skrajności: ich ciągłości i dynamiki, firma nie jest w stanie ich skonsumować w formie zysków - brak czasu na okrzepnięcie zmian i ich optymalizację powoduje, iż firma więcej traci energii i środków na zmiany dla samych zmian, niż skupia się na doskonaleniu strategii i procesów.
8. Brak korzystania z zewnętrznych doradców mogących chłodno i obiektywnie ocenić działanie firmy w całości lub w wybranych tematach: księgowość, marketing, logistyka, bezpieczeństwo, ...
9. Niechęć i brak otwartości na nowe idee, rozwiązania, zmiany w firmie mimo zgłaszanych uwag od pracowników i sygnałów z rynku.

10. Brak uwagi nad ulotnym zasobem jakim jest czas w podejmowaniu decyzji na temat firmy, zwłaszcza gdy w grę wchodzi budowanie elementów przewagi konkurencyjnej - inwestycje, nowe działalności, nowe produkty i oferty.

Wartość dodana

To wyróżnik firmy i element wyboru, poza podstawową ofertą spełniający preferencje klientów. Ma konkretną wartość, z rezygnacji której klient będzie miał dyskomfort decyzyjny - poczucie straty w wymiarze psychologicznym oraz fizycznym - zakup produktu o niższych walorach użytkowych.

Przy wzrastającej konkurencji w każdej niemal branży i coraz większym postępującym podobieństwie produktów - wartość dodana jawi się jako jedyny wyróżnik firmy i podstawowe kryterium wyboru stosowane przez klienta. Wartość dodana jest nierozzerwalnie związana z klientem, jest przez niego subiektywnie postrzegana i często decyduje o ostatecznym wyborze dostawcy produktu lub usług. Wartość dodana szybko ulega zmianom w dynamicznej rzeczywistości i dlatego kluczem do ciągłego становienia wartości dodanej dla klienta jest ciągłe i systematyczne prowadzenie badań rynku i klientów.

***Ciągła edukacja pracowników
to dla właścicieli komfort
i gwarancja, że są oni
gotowi do stawienia czoła
kolejnym zleceniom klientów***



Alianse biznesowe

To narzędzie rozwoju firmy i jej oferty, tworzenie porozumień ofertowych, zakupowych, promocyjnych pozwala uzyskać efekt synergii i skali. W perspektywie czasu to dobry test uczący firmę współpracy z partnerami. Patrząc strategicznie jest to punkt wyjścia do ścisłej współpracy a także porozumień własnościowych - udziały, objęcie akcji, fuzje, przejęcia. Działanie w pojedynkę zachowuje niezależność - współpraca z firmami uzupełniającymi ofertę tworzy nowe przewagi biznesowe.

Trend: wyższym stopniem wtajemniczenia w dziedzinie aliansów jest tworzenie i zarządzanie łańcuchami wartości. Pozwala to na tworzenie nowych i aktualnie niedostępnych produktów oraz usług, to trudne do skopiowania przewagi konkurencyjne.

Nowe funkcje oddziałów firmy

Wykorzystywanie oddziałów firm krajowych zwłaszcza na peryferiach i poza wielkimi aglomeracjami, jako miejsc do których transferowane są centra usług, ze względu na tańszą siłę roboczą i mniej formalne warunki pracy:

- oddziały firmy stają się atutem nie tylko handlowym, ale też źródłem ograniczania kosztów - delegowanie działów księgowość, call center, projektowania
- oddziały głównie w dużych miastach rozbudowują mocne strony - handel, spotkania, wzorcownie, showroomy, miejsca szkoleniowe.

POMYSŁ - przebudowa firm wielooddziałowych

Drastyczne obniżenie kosztów dla firm oddziałowych przez ich zmianę w sieci agencyjne lub franchisingowe. Pozyskane oszczędności i środki pozwolą na inwestycje w rozwój produktów, budowę oferty i działania obniżające dalsze koszty a także ceny dla klientów końcowych.

Wydawnictwo Inspiracje Biznesowe

To efekt najlepszych praktyk z analiz i obserwacji rynkowych poparty doświadczeniem z zakresu doradztwa biznesowego. Wydawnictwo Inspiracje Biznesowe dostarcza Państwu obserwacje i wnioski będące przewagami konkurencyjnymi i propozycjami działań zmierzających do ograniczenia ryzyka, zmniejszania kosztów, tworzenia innowacji, planowania inwestycji, wprowadzania zmian bieżących i strategicznych o horyzoncie kolejnych miesięcy i lat działania na rynku.

TEMATYKA WYDAWNICTWA:

- trendy w działaniach biznesowych firm
- konkurencyjne oferty handlowe, serwisowe i produkcyjne
- nowe modele firm i sposoby działania na rynku
- zachowania antykryzysowe i rozwojowe firm
- najlepsze praktyki
- obniżanie ryzyka biznesowego
- obniżanie kosztów firmy.

ORYGINALNA PROMOCJA PAŃSTWA FIRMY

Oferujemy wynajem kolejnych wydań Wydawnictwa do celów promocji Państwa Firmy i dotarcia do klientów z inspirującym przekazem. Materiały redakcyjne Wydawnictwa mogą urozmaicić i wzbogacić materiały ofertowe Państwa firmy: wysyłki pocztowe i e-mail, wydania drukowanych i cyfrowych materiałów ofertowych na przykład dla gości targowych, itp.

WYDAWCA

MediaSerwis, 43-600 Jaworzno, ul. Wandy 71
tel. 501 371 808, tel. 32 254 01 39
biuro@inspiracjebiznesowe.pl
www.inspiracjebiznesowe.pl

Wydawca nie ponosi żadnej odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam, ogłoszeń i tekstów. Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie, drukowanie, kopiowanie lub rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób materiałów zawartych w Wydawnictwie jest zabronione bez zgody autorów. Wszystkie elementy graficzne, zdjęcia i teksty są chronione prawem autorskim należącym do ich autorów. Znaki firmowe lub towarowe zawarte w treści wydań stanowią wyłączną własność tych firm i podawane są w celach informacyjnych.
© COPYRIGHT MediaSerwis 2023

Znak firmowy to trzon Państwa programu budowania wizerunku marki i firmy, jej promocji i całościowej strategii marketingowej. Znak firmowy prezentuje Państwa firmę w maksymalnie skondensowany sposób. W większości przypadków wraz z nazwą jest jedną z pierwszych informacji docierających do potencjalnych klientów i otoczenia. To narzędzie, które pozwala na pokazanie swojego istnienia na rynku, swojej oryginalności, ciekawej oferty i pozycji w branży.

Efektom posiadania dobrego znaku firmowego jest:

- łatwe rozpoznawanie i przypominanie się firmy i jej oferty
- niższe koszty działań promocyjnych
- łatwość promocji firmy w różnych formach
- szybsze tworzenie wiarygodnego wizerunku firmy na nowych rynkach
- systemowe opracowanie całościowej identyfikacji - System Identyfikacji Marki - SIM.

W dłuższej perspektywie czasu skuteczny Znak Firmowy z czasem przeobrazi się w rozpoznawalną markę, to kwintesencja i podsumowanie prowadzonego wiele lat biznesu, to być albo nie być firmy na rynku - to w wielu przypadkach kluczowy składnik majątku firmy i jej wartości.

Przykłady projektów znaków firmowych:

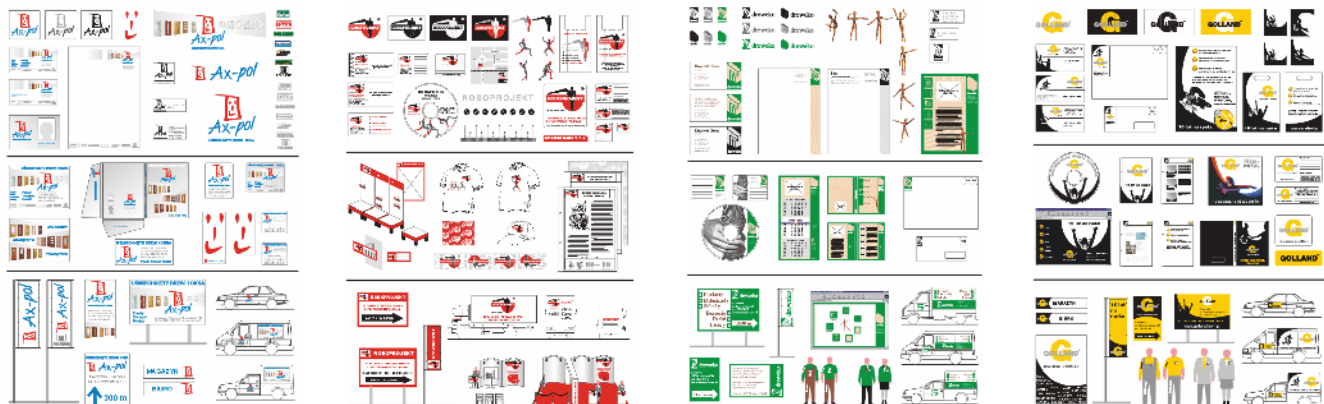


Efektom wdrażania **Strategii Marki** jest opracowanie efektywnego znaku firmowego, przygotowanie całościowych rozwiązań technicznych i projektowych definiujących sposoby i formy stosowania marki w postaci **Systemu Identyfikacji Marki - SIM**. To wymierne narzędzie biznesowe ułatwiające codzienną pracę zarządu, działów marketingu, handlowego, produkcji, ...

Zalety i korzyści dla firmy wprowadzającej SIM:

- stworzenie spójnego jednorodnego obrazu całego przedsiębiorstwa
- ułatwienie wprowadzania nowych produktów i ofert
- oszczędność czasu i finansów poprzez standaryzację działania przedsiębiorstwa
- konsekwentne wyróżnienie firmy na tle konkurencji
- utrwalać wizerunek firmy u odbiorców
- akcentowanie zmian zachodzących w firmie.

Przykłady projektów SIM:





Ogólnopolski Katalog Produkcji Materiałów Marketingowych www.fullservice.com.pl

To szczególne miejsce łączące szerokie możliwości realizacji działań marketingowych. **Ogólnopolski Katalog Produkcji Materiałów Marketingowych** jest przeglądem inspirujących propozycji krajowych ofert z dziedziny poligrafii, produkcji kalendarzy, upominków i słodczy reklamowych, krawiectwa promocyjnego, reklamy wizualnej, systemów ekspozycyjnych, wystroju stoisk targowych i akcji eventowych, ...

Zapewniamy kompleksową obsługę od pomysłu do dostarczenia materiałów wizerunkowych, promocyjnych, reklamowych i opakowaniowych.

Wytyczne obsługi zleceń produkcyjnych:

- ekonomiczna produkcja materiałów
- wielopoziomowa kontrola jakości
- usługi uszlachetniające
- terminowa dostawa.

Wraz z realizacją działań produkcyjnych świadczymy usługi: projektowania znaków firmowych i towarowych, przygotowania projektów do produkcji poligraficznej, opracowywania Systemów Identyfikacji Marki, fotografii kreatywnej, referencyjnej i produktowej oraz tłumaczeń wielojęzycznych.

Dla uporządkowania i kontroli wydatków reklamowych wykonujemy Strategie Promocji, w których działania reklamowe zaplanowane są na zadany budżet na 12 lub 24 miesiące. Pozwala to na precyzyjną kontrolę kosztów i ocenę wyników. Strategie mogą obejmować promocję wizerunkową całej firmy, promocję oferty handlowej lub wybranego produktu. Dodatkowo Strategie Promocji mogą być rozbudowane o systemy budowania relacji handlowych, obsługi gości targowych, itp.

Klienci cenią nas za profesjonalną obsługę, terminowe dostawy, wysoką jakość i oryginalne projekty.

Zapraszamy do zapytań:

biuro@fullservice.com.pl, tel. 519 169 641



Unikalne

Inspirujące

Kreatywne



MediaSerwis[®]

Projektowanie rozwoju przedsiębiorstw

43-600 Jaworzno, ul. Wandy 71
tel. 501 371 808, 519 169 641

biuro@inspiracjebiznesowe.pl
www.inspiracjebiznesowe.pl

biuro@fullservice.com.pl
www.fullservice.com.pl

