

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Budowanie wizerunku organizacji *Dlaczego pozytywny wizerunek jest ważny?*

dr Ewelina Tomaszewska

Organizatorzy

Politechnika Białostocka
Wydział Inżynierii Zarządzania

Data: 16 grudnia 2023 r.



Co to jest wizerunek?



Co to jest wizerunek?

pojęcie wywodzące się z języka łacińskiego (*imago*) - oznaczające wzór, odbicie, obraz

subiektywne wyobrażenie, jakie jednostka ma o danej organizacji, miejscu, wydarzeniu, czy osobie

Wizerunek to...

odbicie tożsamości organizacji w świadomości odbiorców

pewien obraz w świadomości konsumenta na temat danej organizacji

Wizerunek miasta

- ✓ wizerunek miasta to „suma wierzeń, idei wyobrażeń jakie mają odbiorcy o danym mieście” [Ph. Kotler i in., 1999]



Kreowanie wizerunku osoby



Kreowanie wizerunku osoby



Tożsamość

Odzwierciedla sposób, w jaki przedsiębiorstwo chce, by konsumenci postrzegali daną markę

Wizerunek

Odzwierciedla sposób odbioru tożsamości przedsiębiorstwa

Jaki może być wizerunek?



✓ pozytywny

✓ negatywny

✓ neutralny

✓ wewnętrzny

✓ zewnętrzny

✓ rzeczywisty

✓ lustrzany

✓ pożądany

✓ silny

✓ słaby

Organizacja/firma/marka może być postrzegana jako...



- ✓ nowoczesna
- ✓ innowacyjna
- ✓ tradycyjna
- ✓ ekologiczna
- ✓ odpowiedzialna
- ✓ przyjazna
- ✓ kreatywna
- ✓ dynamiczna
- ✓ odkrywczą
- ✓ godną zaufania
- ✓ zaangażowaną społecznie
- ✓ inspirującą
- ✓ autentyczną

Co czujesz myśląc o tej marce?



Ciekawostki



Pierwsze wrażenie

Pierwsze wrażenie na temat firmy czy marki kształtuje się w ciągu zaledwie kilku sekund

Znaczenie kolorów

Kolory mają potężny wpływ na sposób, w jaki jesteśmy postrzegani (*np. czerwień może symbolizować energię i pasję, zielony - zrównoważony rozwój, a niebieski - zaufanie i profesjonalizm*)

Autentyczność

Marki, które potrafią być autentyczne i szczerze, budują silne i trwałe relacje z klientami

Spójność

Spójność w wizerunku organizacji jest dziś kluczowa - *od identyfikacji wizualnej po komunikację marketingową, doświadczenia klienta, podejmowane działania*

Co wpływa na posiadany wizerunek?



- ✓ system identyfikacji wizualnej
- ✓ jakość oferowanych produktów
- ✓ kompetencje pracowników
- ✓ komunikacja marketingowa (*offline i online*)
- ✓ kontakt marki z odbiorcą (*zaangażowanie społeczności, relacje z klientem*)
- ✓ ...

Dlaczego kreowanie pozytywnego wizerunku jest ważne?



- ✓ pozytywny wizerunek jest **cennym niematerialnym zasobem przedsiębiorstwa**
- ✓ przyciąga inwestorów, konsumentów i pracowników (*może działać jak magnes*)
- ✓ pozwala na wyróżnienie się na rynku, zdobycie przewagi konkurencyjnej
- ✓ buduje zaufanie wśród klientów, co wpływa na ich lojalność wobec firmy

Zadanie



Jak budować pozytywny wizerunek organizacji?

Przedstaw swój pomysł na aktywność/inicjatywę, która przyczyni się do budowania **pozytywnego wizerunku** **wybranej organizacji** (np. szkoły, schroniska dla zwierząt)



Kampania wizerunkowa



Kampania wizerunkowa to zestaw zaplanowanych działań marketingowych mających na celu kreowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa/marki w umysłach konsumentów (*ma na celu stworzenie pozytywnych skojarzeń z marką*)



Coca-Cola „The World Needs More Santas”



<https://www.youtube.com/watch?v=znlyaGS5BNc&t=10s>



Warsztaty grupowe



Jesteście członkami zespołu agencji marketingowej, a waszym głównym zadaniem jest stworzenie strategii kampanii reklamowej mającej na celu kreowanie pozytywnego wizerunku firmy/organizacji w okresie świątecznym 🌲

Następnie odpowiedzcie na pytania:

- ✓ z czym chcecie aby kojarzyła się Wasza marka?
- ✓ kto będzie Waszym klientem?
- ✓ jakimi kanałami komunikacji dotrzecie do potencjalnych klientów?
- ✓ jak będzie wyglądać Wasza świąteczna kampania wizerunkowa? Jakie hasło reklamowe zaproponujecie?

Liczy się kreatywność 😊 Czas pracy w grupach: 30 minut

Dziękuję za uwagę