

TARGI I KONFERENCJE

ON-LINE
MAR-
KE-
TING

E-LEARNING

WIDEOMARKETING

TARGI I KONFERENCJE

SOCIAL MEDIA

WIRTUALNA
RZECZYWISTOŚĆ

NOWOCZESNY

MARKETING

W BRANŻY INŻYNIERYJNEJ

CONTENT
MARKETING

KOMUNIKACJA
W CZASIE
RZECZYWISTYM

DATA MINING

Google

MOBILE

WIDEOMARKETING

CZĘŚĆ
PORADNIK

W ostatnich latach marketing, jak wiele innych sektorów, przeszedł i nadal przechodzi duże zmiany. Każda odpowiedzialna firma powinna za nimi podążać.

”

Jeszcze 20 lat temu nie mieliśmy telefonów komórkowych, a dzisiaj trudno bez nich wyobrazić sobie codzienne życie. To już nie tylko urządzenia do rozmowy, ale wielofunkcyjne multimedialne centra komunikacyjne. Przeglądamy w nich zasoby Internetu, oglądamy filmy, wykonujemy wysokiej rozdzielczości zdjęcia, szukamy rozrywki, ale również płacimy z ich użyciem. Mobilne kanały komunikacji tworzą rewolucyjne funkcje i w przyszłości będą jeszcze ważniejsze w komunikacji, również tej marketingowej.

Content marketing cały czas się rozwija i stanowi o skuteczności działań.

„Content is king” to cytat, o którym pamięta dzisiaj każdy specjalista od marketingu. Interesująca treść, case study czy poradniki i szkolenia zastępują tradycyjną reklamę i najlepsze nawet slogany reklamowe. Zainteresowanie odbiorców wymaga aktualnie przygotowania treści ciekawej dla określonej grupy docelowej, a nie krzykliwych obrazków i haseł w stylu „Ojciec, prac?”

Te dwa, opisane zaledwie kilkoma słowami, przykłady stanowią miniwstęp do ogromnego zbioru wiedzy nt. wyzwań, jakie stawia współczesny marketing profesjonalistom odpowiedzialnym za opracowywanie i wdrażanie strategii marketingowych.

Zapraszamy Państwa do lektury naszego nowego poradnika, w którym będziemy chcieli zwrócić Waszą uwagę na ważne naszym zdaniem i istotne działania oraz trendy w marketingu.



Tomek Łucek
Dyrektor marketingu i sprzedaży,
Wydawnictwo INŻYNIERIA sp. z o.o.

wydawnictwo
INŻYNIERIA

GRUPA

new
IDEA
HOUSE

QUALITY
STUDIO



BIZNES = INTERNET

ONLINE

Według aktualnych szacunków naukowców Internet „zajmuje obecnie” 10 jottabajtów, czyli 10 i 24 zera bajtów. I kiedy Ty czytasz to zdanie, stało się ono nieaktualne, gdyż zmiany i jego przyrost liczy się aktualnie w sekundach.

Globalną sieć napędza około 100 000 000 serwerów z siłą porównywaną do 50 000 000 koni mechanicznych.

ZNACZENIE I ROLA SIECI JEST NIEODWRACALNYM PROCESEM ZMIENIAJĄCYM LUDZKOŚĆ.

**INTERNET
TWORZY NOWE
GAŁĘZIE
GOSPODARKI,
WPŁYWA
NA GLOBALNE
OBLICZE BIZNESU
I KOMUNIKACJI.**

Gdybyśmy chcieli zobrazować pojęcie „internet”, moglibyśmy narysować obraz globalnej sieci wodociągowej. Zbiorniki magazynujące wodę, czyli dane, to macierze dyskowe i klastry serwerów, przepompownie to punkty wymiany danych, a system rur to kilometry światłowodów, przewodów oraz łączność bezprzewodowa.

W Europie, we Frankfurcie, znajduje się jeden z największych punktów wymiany danych, tzw. Data Center, gdzie co jedną sekundę przesyłane jest 6,4 Terabitów danych. Przesłanie pakietu danych z Londynu do Nowego Jorku zajmuje 90 ms.

A W BRANŻY...



inzynieria.com
jeden portal - wiele branż

dane Google Analytics – listopad 2018

103 000
UŻYTKOWNIKÓW
500 000 ODSŁON
136 000 SESJI
3,7
STRONY/ SESJA

MIESIĘCZNIE

LIDER w branży inżynierskiej w Polsce

9 BRANŻ w jednym miejscu

Informacje, wiadomości, aktualności – **WSZYSTKO**, co powinieneś wiedzieć

NEWSLETTER

KALENDARIUM wydarzeń

SPERSONALIZOWANE konta użytkowników

Wersja **MOBILNA**



inzynieria.com



CONTENT →

ONLINE

WIDEOMARKETING

W CIĄGU OSTATNICH
DWÓCH LAT
REKLAMODAWCY
ZWIĘKSZYLI
INWESTOWANIE
W ORYGINALNY
CONTENT VIDEO

° **114%**

76%

FIRM TWIERDZI,
ŻE MATERIAŁY WIDEO
POMOGŁY ZWIĘKSZYĆ
RUCH NA ICH STRONIE
INTERNETOWEJ

Częściej oglądasz telewizję czy czytasz gazetę?

Czy wiesz, co to jest YouTube lub Netflix?

Wyobrażasz sobie Internet bez filmów, multimediiów lub animacji?

Wyżej oceniasz prezentację z interaktywnymi i multimedialnymi elementami, czy slajdy „zapisane drobnym makiem”?

Tych kilka pytań to zaledwie „wierzchołek góry lodowej”, którą można nazwać wideomarketingiem. Jeszcze kilkanaście, kilkadziesiąt lat temu, ze względu na ograniczenia technologiczne i wysokie koszty produkcji, materiały wideo były dostępne dla ograniczonej grupy firm i przedsiębiorstw.

Dzisiaj każdy może otworzyć swój kanał na największym portalu filmowym świata, jakim jest YouTube lub zamówić profesjonalny film z napisami i animacjami.

Wideomarketing to część strategii marketingowej, której cele realizuje się poprzez materiały filmowe i multimedialne.

NOWOCZESNY MARKETING W BRANŻY INŻYNIERYJNEJ



BARDZO WAŻNE JEST JEDNAK ZWRÓCENIE UWAGI NA KILKA FUNDAMENTALNYCH ASPEKTÓW TAKICH WŁAŚNIE DZIAŁAŃ:



- STRATEGIA KOMUNIKACJI WIDEO, pozwalająca prawidłowo określić, po co chcemy użyć takich rozwiązań i jaki komunikat ma się w nich zawrzeć. „Zróbmy sobie film” to za mało, aby rozpocząć działania
- PROFESJONALNA PRODUKCJA, dzięki której odbiorca pozostanie z naszym materiałem 30 sekund i właśnie naszą produkcję wybierze w zalewie milionów innych propozycji
- SKUTECZNE KANAŁY KOMUNIKACJI, gwarantujące, że opracowany przez nas materiał wideo dotrze do odbiorców. Do właściwych odbiorców, czyli tych, na których nam najbardziej zależy
- PUBLIKACJA – czy wystarczy umieścić film na własnej stronie internetowej? Czy może lepiej na portalu YouTube? A może na branżowym portalu generującym duży ruch?
- PROMOCJA PRODUKCJI WIDEO – o tym bardzo często zapominamy i wysokiej jakości materiały wideo nie docierają do określonej grupy odbiorców, a wysiłek i koszty włożone w ich produkcję nie przekładają się na liczby „widzów”

PO CO TWORZYĆ DOBREJ JAKOŚCI MATERIAŁY WIDEO?

- **WSZYSCY MÓWIĄ „TO SAMO”**... jesteśmy najlepsi, mamy doświadczone kadry, dysponujemy nowoczesną bazą sprzętową... Wyróżnij się spośród tych głosów i **POKAŻ, ŻE TO PRAWDA** – profesjonalny materiał wideo z budowy, realizacji lub produkcji nie pozostawia wątpliwości, że wypowiedziane wcześniej słowa „reklamowe” są prawdziwe. W teorii marketingiem mix można by nazwać takie działania *physical evidence*, a w wolnym tłumaczeniu „dowodem rzeczowym”. Przekłada się na realne udowodnienie własnego przekazu, jaki firma kieruje do swoich odbiorców.
- **EDUKUJ I UCZ** – nie pokażesz pewnych działań, procesów i usług za pomocą pism i słów. Musisz je zademonstrować. Ująć w obrazie kolejne etapy lub zademonstrować „dobre praktyki” i porady. W myśl zasady „jeden obraz wart więcej niż tysiąc słów” – jeden film będzie wart ich milion.
- **DROGO, CZYLI TANIO**. Teoretycznie trzeba założyć, że produkcja profesjonalnego materiału wideo wiąże się z kosztami i nie należy do najtańszych form komunikacji. Jednak, kiedy spojrzymy na całe zagadnienie z szerszej perspektywy, wówczas możemy zauważyć, że aby dotrzeć ze swoim szkoleniem do 1000 osób (przedstawicieli firm i przedsiębiorstw) pracujących w różnych częściach Polski, musimy wysłać kilku trenerów na dwa miesiące i zorganizować kilkadziesiąt szkoleń. A co za tym idzie, ponieść koszty całej operacji. Wówczas film „zyskuje na wartości”.
- **WIZERUNEK MARKI** – największe firmy na świecie traktują materiały wideo jako naturalny element swojej stałej komunikacji marketingowej. Warto inspirować się działaniami największych brandów.

DLA BRANŻY INŻYNIERYJNEJ...



**WYKONAMY
DLA CIEBIE SESJE
FOTOGRAFICZNE,
MATERIAŁY WIDEO,
VIRTUAL REALITY,
FILMY Z LOTU
PTAKA (DRON)**



www.quality-studio.com

TARGI KONFERENCJE WYSTAWY

OFFLINE

W TRAKCIE 4 DNI
TARGÓW
W HANOWERZE
NAWIĄZANO

5,6 mln

KONTAKTÓW
BIZNESOWYCH

Wg portalu inwestycje.pl, w rankingu narzędzi marketingowych uznawanych za istotne przez przedsiębiorców, na 3. miejscu znajdują się targi.

Przed tą formą działań marketingowych respondenci wskazali profesjonalną obecność w Internecie oraz sprzedaż bezpośrednią. A w pierwszej piątce, ale po targach, wskazano również marketing bezpośredni i obecność w prasie branżowej.

DLACZEGO WARTO UCZESTNICZYĆ TARGACH I WYSTAWACH? CO NAM ZAPEWNIĄJĄ?

- Bezpośredni kontakt z klientami i odbiorcami
- Aktywne uczestnictwo i potwierdzenie własnej obecności w sektorze
- Możliwość demonstracji produktów i usług
- Udział w wydarzeniu koncentrującym określony sektor i rynek
- Ocenę działań i potencjału rynku i konkurencji
- Inspiracje i poszukiwanie nowości
- Prestiż i wizerunek marki
- Możliwość prowadzenia realnych rozmów handlowych, negocjacji i podpisywania umów

UDZIAŁ W TARGACH I WYSTAWACH TO:

- Prezentacja nowych rozwiązań, produktów i usług
- Rozwój na nowych rynkach, np. planowany export lub ekspansja
- Pozyskanie nowych „leadów” – wartościowych kontaktów branżowych
- Utrwalenie relacji z obecnymi klientami i odbiorcami

O TYM NIE MOŻNA ZAPOMNIEĆ, PLANUJĄC OBECNOŚĆ NA TARGACH I WYSTAWACH:

KONCEPCJA STOISKA

- zanim wyprodukujesz, przygotuj dokładny plan w odpowiedniej skali i sprawdź, czy na Twoim stoisku będzie odpowiedni, funkcjonalny i wygodny układ
- dostosuj stoisko do Twoich planów i działań, a nie odwrotnie. Ma Cię ono wspierać i umożliwiać realizację założonych celów
- połącz na stoisku aspekty wizerunkowe i praktyczne



PROMOCJA

- zaplanuj swoją promocję na targach z wykorzystaniem różnych działań realizowanych poza stoiskiem, np. hostessy z ulotkami na terenie targów, reklama w informatorze targowym, spot radiowy w radiowęźle, reklama wideo na telebimie

- miej zawsze coś dla gości i odwiedzających stoisko, np. drobny gadżet, folder, słodki poczęstunek itp.

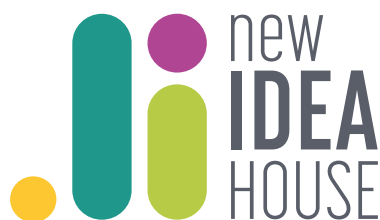


PRZYSTOSUJ STOISKO DO NAJWAŻNIEJSZEGO CELU

- jeżeli chcesz prowadzić liczne rozmowy i negocjacje, zaplanuj odpowiednie miejsca do siedzenia i zadбай o odseparowaną część stoiska, gdzie można omówić szczegóły umowy i podpisać dokumenty
- jeżeli prezentujesz nowy produkt, stwórz odpowiednie warunki do jego premiery, np. centralne miejsce ekspozycyjne
- jeżeli chcesz się wyróżnić, zaplanuj spektakularne działania na terenie stoiska, np. występ gwiazdy, efektowny materiał multimedialny prezentowany na wielkoformatowych ekranach lub kąć gastronomiczny, w którym profesjonalny kucharz przygotowuje Twoim gościom coś wyjątkowego



BRANŻY INŻYNIERYJNEJ...



**ZAPROJEKTUJEMY
I ZREALIZUJEMY
DLA CIEBIE
STOISKO TARGOWE,
ZAPEWNIAJĄC
KOMPLEKSOWĄ
OBSŁUGĘ**



nih.com.pl

KONFERENCJE
INŻYNIERIA



**NAJWAŻNIEJSZE
KONFERENCJE
BRANŻY**



konferencje.inzynieria.com



**KOMPLEKSOWA
OBSŁUGA**

MARKETINGOWA
FIRM W BRANŻY INŻYNIERYJNEJ

**PLANOWANIE I DORADZTWO
DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH**

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA I REALIZACJA

16 LAT DOŚWIADCZENIA

**ONLINE + PRASA + KONFERENCJE
+ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE**

 **wydawnictwo
INŻYNIERIA**

GRUPA

 **new
IDEA
HOUSE**

 **QUALITY
STUDIO**

**WYDAWNICTWO INŻYNIERIA SP. Z O.O.
UL. SAMUELA LINDEGO 14 30-148 KRAKÓW**

**DZIAŁ MARKETINGU:
MARKETING@INZYNIERIA.COM
+ 48 698 608 005**