

# **Młode firmy na polsko-czeskim pograniczu. Jak skutecznie planować rozwój firmy?**

**Jak podnieść sprzedaż, pozytywy dobrego  
marketingu, dobra pozycja firm  
w przestrzeni internetowej**



# Charakterystyka

Spółdzielnia socjalna Parostatek //01.08.2013

Asortyment:

- Centrum Warsztatowe Parostatek
- Żywa Architektura
- Dinksy
- Cieszyn – Zdrój





# Działania marketingowe

Inwestycje przeznaczone na marketing nie są duże.

Firma promuje się za pośrednictwem:

- Internet: Facebook, strona [www.parostatek.com](http://www.parostatek.com)
- Ulotki, plakaty promujące indywidualne wydarzenia
- Dla klientów instytucjonalnych oferta jest przygotowywana indywidualnie

Na działania marketingowe i promocję Parostatek przeznaczają ok. 80 godzin miesięcznie, czyli 0,5 etatu



# Zwiększenie produkcji

Dynamiczny rozwój wymusił profilowanie działań, problemem była zbyt duża oferta drobnych, niskopłatnych usług.

Rozwijają Żywą architekturę od projektu podstawowej altany aż po place zabaw, skwery, wyposażenie.



# Zwiększenie grona klientów

- Organizacja wizyt studyjnych,
- Udział w konferencjach
- Spotkania indywidualne
- Badania rynkowe w Ikea i Eurozecie
- Udział w konkursach – Śląska Rzecz 2013 w kategorii Usługa



# Konkurencja

Duża znajomość rynku i konkurencji



# Wnioski

Firma docenia rolę marketingu w biznesie, więc podejmuje szereg działań promocyjnych, które zapewniają jej rozpoznawalność. Świadomie korzysta z możliwości komunikowania się z potencjalnymi klientami za pośrednictwem internetu i portali społecznościowych.

**Nanei Aplikacje internetowe // 01.08.2012**

**Miejsce wykonywania działalności: Cieszyn**

**Usługi w zakresie tworzenia:**

- **Stron internetowych**
- **Sklepów internetowych**
- **Aplikacji mobilnych**
- **Wizualizacji 3d**
- **Hosting**
- **Audyt stron www**





# Działania marketingowe

- **Zadowolony klient jest najlepszą formą promocji**
- **Doraźne działania promocyjne w sieci Google**
- **Własna strona www**
- **Udział w konkursach – najlepsza aplikacja mobilna w konkursie Google Microsoft**

**Na działania marketingowe firma nie poświęca dużo czasu.**

# Zwiększenie produkcji

- **Dynamiczny rozwój wymusił optymalizację procesów związanych z realizacją projektów od pierwszego kontaktu z klientem przez wstępny projekt, proces twórczy realizację, aż po marketing.**
- **Podjęto działania poprawiające procesy**
- **Ograniczono ilości projektów na rzecz bardziej ambitnych, które dają możliwość rozwoju i są dochodowe**



# Zwiększenie grona klientów

Zakres usług jest rozbudowany oraz kompleksowy, co pozwala zadowolić najbardziej wymagających klientów.



# Konkurencja

**Nanei sprzedaje skuteczność i efekty.**

**Projektowane strony mają przynosić wymierne dla klienta zyski.**

**Główną barierą wejścia na rynek jest duża ilość firm o podobnym profilu działania na rynku. Trzeba umieć się wyróżnić aby odnieść sukces na tym trudnym rynku.**

**Mimo, iż firma nie stosuje agresywnej reklamy, jej silna pozycja na rynku jest efektem zdobytych prestiżowych nagród, dobrze wypozycjonowanej własnej strony internetowej oraz opinii zadowolonych klientów.**



# Charakterystyka

Rude Cat Studio // 17.09.2012

Usługi:

- produkcji filmów branżowych
- wideorejestracji konferencji, koncertów, imprez okolicznościowych
- produkcji filmów reklamowych i teledysków,
- fotografii reportażowej i reklamowej
- studia nagrań





# Działania marketingowe

Na marketing firma przeznaczają ok 2% sumy wydatków.

Firma promuje się za pośrednictwem:

- strony www
- fanpage na Facebook 'u, Twitterze
- YouTub'a, gdzie zamieszcza fragmenty realizowanych produkcji
- cyklicznej płatnej reklamy w Internecie
- udział w targach branżowych



# Zwiększenie produkcji

- Wraz ze wzrostem produkcji podjęto decyzję o zatrudnieniu pracownika
- Nadwyżki inwestuje w profesjonalny sprzęt





# Zwiększenie grona klientów

- Usatysfakcjonowany odbiorca stanowi najskuteczniejszą reklamę firmy
- Prowadzi rozeznanie rynku
- Bierze udział w targach branży ślubnej



# Konkurencja

Rynek, jest bardzo nasycony. Istnieje wiele firm, o podobnym profilu działalności.

RCS wyróżnia przede wszystkim:

- Wielokierunkowa oferta, skierowana zarówno do firm jak i osób prywatnych.
- Posiadanie własnego studia nagrań

Przedsiębiorca zna i śledzi dokonania konkurencji - każda z tych firm świadczy nieco odmienny rodzaj usług.

Barierą dla nowych firm pragnących wejść na rynek jest brak dobrego portfolio



# Wnioski

Niewątpliwą przewagą firmy jest niezależność i samowystarczalność. Przedsiębiorca inwestuje w nowy sprzęt, podnosząc tym samym jakość oferowanych usług. Działania marketingowe są przemyślane i konsekwentnie realizowane

# Charakterystyka

**Kympa. Wypieki tradycyjne //02.10.2014**

**Firma rozwija się w segmencie tradycyjnych wypieków (produkty lokalne).**

**Oferuje: rogaliki waniliowe, kokoski, ule, pierniki, ciasteczka owsiane, bezy, śnieżne ciasteczka, bezy przekładane, orzeszki i tp.**



# Działania marketingowe

- Buduje markę z projektantem
- Media społecznościowe takie jak: facebook, linked in, gogle plus, aleo
- Strona www
- Targi branżowe
- Członkostwo w Klubie Przedsiębiorcy

Środki finansowe przeznaczone na ten cel to ok. 10% wydatków w firmie.

# Zwiększenie produkcji

Przedsiębiorstwo bardzo dynamicznie się rozwija, dlatego istotne staje się pozyskiwanie nowych partnerów do współpracy. Ważne jest również zintensyfikowanie udziału w targach branżowych i wydarzeniach biznesowych.

# Zwiększenie grona klientów

Pozycjonowanie strony internetowej, prowadzenie mediów społecznościowych, aktywny marketing na targach branżowych oraz wśród przedsiębiorców zrzeszonych w Klubie Przedsiębiorcy w Cieszynie oraz w PTTB (Polskie Towarzystwo Trenerów Biznesu)..

Główną przewagą konkurencyjną jest zbudowana społeczność wokół produktu, co umożliwia uzyskiwanie konkretnych zamówień w oparciu o marketing szeptany, czyli z tak zwanego polecenia. Przewagą jest również historia związana z kontynuowaniem tradycji rodzinnych. W stosunku do konkurencji przedsiębiorstwo zdecydowało się na dystrybucję przez Internet oraz za pośrednictwem bogatej lokalnej bazy hotelowo uzdrowskiej. Główną barierą dla konkurentów są autorskie receptury wypiekania ciasteczek cieszyńskich.



**Kluczową przewagą jest posiadane przez właścicieli know how w zakresie posiadanych receptur.**

**Znajomość rynku oraz konkurencji**



# Działania marketingowe

- Aktywny bezpośredni marketing
- Strona internetowa
- Media społecznościowe: facebook, pinterest, blog
- Relacje, sprawozdania z prowadzonych eventów
- Informacje prasowe wraz z fotorelacjami
- Udział w branżowych targach, m.in. Targach Event 2012 w Warszawie.



PARK EDUKACYJNY  
**INTERAKCJE**

# Zwiększenie produkcji

**Przedsiębiorstwo bardzo dynamicznie się rozwija,  
dlatego istotne staje się pozyskiwanie nowych  
partnerów do współpracy podwykonawczej**



PARK EDUKACYJNY  
**INTERAKCJE**

# Zwiększenie grona klientów

Przede wszystkim firma stara się pozycjonować, jako ekspert w swojej dziedzinie oraz pozyskiwać klientów poprzez bezpośredni kontakt oraz dostosowywanie oferty pod indywidualne potrzeby klientów.



**Główną przewagą rynkową firmy jest:**

- **Możliwość wielokrotnego wykorzystania jednego placu zabaw ze względu na modułowy charakter konstrukcji**
- **Sieć stałych partnerów biznesowych**
- **Interdyscyplinarny i kreatywny zespół**
- **Wielosezonowość produktów**

**Główną barierą wejścia dla konkurentów jest posiadane know how w zakresie tworzenia produktu.**



- Przejście z modelu usługowego na produkcyjny wymagał pozyskania kluczowych podwykonawców. Obecnie firma korzysta ze współpracy z 5 stałymi podwykonawcami.
- Kluczową przewagą jest posiadane przez właścicieli know how w zakresie kreacji produktu, a istotną rolę w opisywanym przedsiębiorstwie odgrywa stała edukacja oraz budowanie świadomości klientów

# Opracowanie

**Wioletta Beczek**  
**Michał Fafiński**