



---

# Jubileusz jako Brand Energizer komunikacji marki

---

2023 r.

# Jubileusz to nie tylko urodziny. **To szansa na Brand Energizer.**

Jubileusze firm to nie tylko okazja do świętowania, ale także **potężna szansa na zwrócenie uwagi rynku.**

Marki mogą sprawnie wykorzystać jubileusze w swojej komunikacji i skuteczniej niż na co dzień:

- **Zwracać uwagę** otoczenia
- Podkreślać swoje **dziedzictwo i doświadczenie**
- Budować **wieź emocjonalną** z odbiorcami
- **Angażować** Klientów i Partnerów,

## ZWRÓCENIE UWAGI

Przyciągamy wzrok branży, pracowników i klientów



## PREZENTACJA DOROBKU

Wzmacniamy wiarygodność podkreślając nasze dokonania



## BUDOWA WIĘZI

Budujemy więzi z odbiorcami pokazując naszą historię



## WZROST ZAANGAŻOWANIA

Aktywizujemy klientów, Partnerów i branżę



Jubileusz firmy jako punkt startowy działań komunikacyjnych nadających nowej energii marce i wzmacniających pozycję organizacji na rynku.



JUBILEUSZ



ZASIĘG



HISTORIA



PLANY



POZYCJA

Do kogo chcemy mówić?

# Komunikacja angażująca różne grupy

**ŚRODOWISKO  
WEWNĘTRZNE**



**ŚRODOWISKO  
ZEWNĘTRZNE**



**ŚRODOWISKO  
OPINIOTWÓRCZE**



## ODBIORCY BEZPOŚREDNI

- Pracownicy firmy i ich rodziny
- Akcjonariusze

- Partnerzy biznesowi i dystrybutorzy
- Klienci firmy
- Organizacje branżowe
- Dostawcy

- Media ogólnopolskie
- Media branżowe
- Media regionalne

## ODBIORCY POŚREDNI

- Miasto i najbliższe otoczenia

- Potencjalni klienci
- Potencjalni pracownicy
- Potencjalni partnerzy biznesowi
- Przyszli inwestorzy

- Opinia publiczna

O czym chcemy mówić?

# Szeroki przekrój kontekstowy



WI

Jakimi narzędziami to osiągniemy? [\*możliwe narzędzia]

# Wielokanałowe podejście = synergia efektu

WI

<b>KREACJA</b>	Koncepcja komunikacji, koncepcje kampanii, aktywacje w ramach działań jubileuszowych, plan komunikacji, doprecyzowanie kontekstów komunikacyjnych.
<b>LANDINGPAGE</b>	Opracowanie lub dopracowanie landingpage kampanii jubileuszowej, na której znajdować się będą wszystkie najważniejsze informacje, wraz z linią czasu oraz planami na przyszłość. Hub Contentowy akcji.
<b>SOCIAL MEDIA</b>	Opracowanie koncepcji komunikacji w mediach społecznościowych w oparciu o koncept akcji, tworzenie contentu, prowadzenie akcji specjalnych, moderacja dyskusji angażującej odbiorców.
<b>PUBLIC RELATIONS</b>	Nawiązanie współpracy z mediami, tworzenie treści, funkcja biura prasowego, inicjowanie obecności w mediach branżowych i biznesowych, lokowanie wywiadów i artykułów prasowych.
<b>ZAKUP MEDIÓW</b>	Mediaplanning oraz zakup powierzchni reklamowych w nawiązaniu do celów i koncepcji akcji, negocjacje cen, nadzór nad realizacją kampanii, maksymalizacja zasięgu w ramach danego budżetu.
<b>KOMUNIKACJA WEWNĘTRZA</b>	Opracowanie i przeprowadzenie akcji specjalnych skierowanych do wewnątrz organizacji, działania Employer Branding, plebiscyty i nagrody dla najbardziej zasłużonych pracowników.
<b>KOMUNIKACJA DEDYKOWANA</b>	Opracowanie i przeprowadzenie dedykowanych akcji specjalnych w nawiązaniu do kampanii skierowanych do specjalnych grup dotarcia: akcjonariuszy, specjalnych grup klienckich, kluczowych partnerów, etc.



Co chcemy osiągnąć?

# Kluczowe cele w odniesieniu do marki



## WIDOCZNOŚĆ

w kluczowych kanałach komunikacji offline i online



## SILNY PRZEKAZ

dotyczący firmy i jej pozycji na rynkach PL i Ex



## NOWY WIZERUNEK

biznesowy firmy wzbogacony o historię i dorobek



## ZAANGAŻOWANIE

Przekładające się na realizację celów biznesowych

WI

### CO DZIĘKI TEMU ZYSKAMY?

#### KORZYŚCI WEWNĘTRZNE

- Wsparcie w budowaniu kultury organizacyjnej opartej na historii, dorobku i wartościach
- Zwiększenie zaangażowania pracowników i ich poziomu utożsamiania się z firmą
- Integracja pracowników i zaangażowanie ich we wspólne działania związane z obchodami jubileuszu
- Budowanie poczucia dumy i satysfakcji z bycia pracownikiem firmy

#### KORZYŚCI ZEWNĘTRZNE

- Budowanie wizerunku marki jako jednego z liderów branży i firmy z bogatym doświadczeniem
- Zacieśnienie relacji z dotychczasowymi klientami i partnerami biznesowymi
- Wspieranie działań Employer Branding
- Dotarcie z angażującymi kontekstami do potencjalnych klientów i partnerów biznesowych
- Wzmocnienie wizerunku firmy odpowiedzialnej społecznie

DLACZEGO MY?

# Mamy doświadczenia w takich projektach

WI

**BLACHOTRAPEZ®**

**Witamy nowe pokolenie**

Pol. atrakcyjna oferta, najlepszy zakopanie w Rabce zakład dekarcki. Dla rozpoczęcia się historii Blachotrapez. Długo pokolenia, skuteczny, łatwy, oparty na jakości i bezkonkurencyjnej gwarancji. Długo pod naszymi dachami, doskonały, precyzyjny, bezpieczny. Jest naszymi, naszymi i planujemy, naszą historię, naszą historię, 50 lat.

Rafał Michalski  
Prezes Zarządu

*Rafał Michalski*

## BIZNES



Na wysokości Rabki, w połowie drogi między Krakowem a Zakopanem, krajowa siódemka zmienia się w drogę ekspresową. Tuż obok szosy turyści jadący w Tatry mogą zobaczyć szary, nowoczesny biurowiec. Obok hale magazynowe i skład blach. To centrala międzynarodowej Grupy Blachotrapez, najbardziej znanej w Polsce firmy z tego regionu, wyrosłej z niewielkiego warsztatu.

## BLACHOTRAPEZ 2.0

Jednym z charakterystycznych elementów stylu zakopiańskiego w architekturze jest gont drewniany. Doskonale wypromowany przez Stanisława Witkiewicza i jego projekty podhalańskich willi. Ta tradycyjna technika krycia dachów wywodzi się z czasów sprzed rewolucji przemysłowej, kiedy jedyną alternatywą dla łatwopalnej strzechy było nieco trwałe drewno. Blachami kryto jedynie kościoły. Gont drewniany, wykorzystywany głównie do krycia domów z tego samego materiału, był i nadal jest pokryciem drogim, wymagającym ogromnej sprawności dekarckiej oraz częstej konserwacji. Poszukiwanie efektywnej alternatywy szybko stało się napędem innowacji dla całej branży kryć dachowych.



RAFAL MICHALSKI, PREZES ZARZĄDU GRUPY BLACHOTRAPEZ

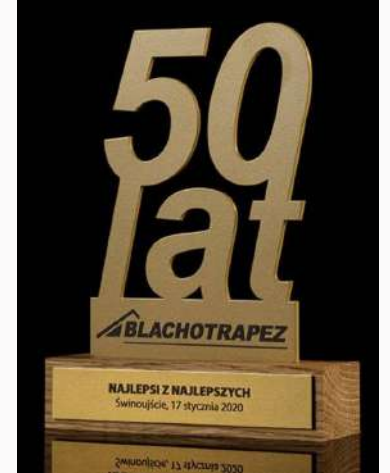
### ULEPSZONY STYL ZAKOPIAŃSKI

Założyciel i główny właściciel Blachotrapez, pochodzący z Rabki Jan Luberd, już w początkach swojej działalności starał się dostarczyć klientom solidnej alternatywy dla tradycyjnych sposobów krycia dachów, bazując przede wszystkim na produktach z blachy. Drewniany gont był jednak nadal niedoścignionym ideałem. Dopiero drugie pokolenie

w rodzinnej firmie wprowadziło na rynek model idealnie odzwierciedlający tradycyjny pierwowzór – tak fakturą, jak i kolorem. Gont blaszany jest odporny – w przeciwieństwie do oryginału – na warunki pogodowe. Przy tym dużo lepszy, łatwiejszy w montażu i przez to nieporównywalnie tańszy. Wzór szybko znalazł naśladowców, bo podobne z wyglądu blachy pojawiły się też u innych producentów.

### SZCZYT TECHNIKI W PRL

Gont blaszany, choć jest niewątpliwie ciekawym przykładem produkcyjnej innowacji, nie jest najważniejszym osiągnięciem firmy, która już w przyszłym roku będzie obchodzić jubileusz 50-lecia. Formalnie firma Blachotrapez powstała w połowie lat 90., ale jej korzenie sięgają lat 60. XX w. To wtedy Jan Luberd wraz z żoną Teresą założyli firmę dekarcką, która zajmowała się



**50 LAT GWARANCJI**

**50 LAT GWARANCJI**

- Efekt potwierdzony jakością
- Wykwalifikowana kadra
- Solidny i udoskonalany surowiec

BLACHOTRAPEZ® | DACHY WIELU POKOLEN



Dlaczego my?

Wśród naszych klientów są:



WI

Dlaczego my?

# Od 2011 roku łączymy konsumentów z markami

Specjalistów  
z różnych dziedzin

30+

## Wielonarzędziowe kampanie

W ramach WI działa ponad 30 osób, a także szereg partnerów, co pozwala nam na dostęp do blisko 60 specjalistów z różnych dziedzin. Dzięki temu możemy prowadzić naprawę omnichannelowe kampanie.

Funkcjonujemy  
na rynku

12 lat

## Długofalowa praca +efekty just-in-time

Funkcjonujemy na rynku od 2011 roku i pracujemy z klientami, którzy rozwijają się z nami od samego początku. Dzięki temu nasi ludzie rozumieją co znaczy strategiczny długofalowy rozwój marki oraz konieczność realizowania celów taktycznych.

Prowadzimy projekty  
na wielu rynkach

10

## Międzynarodowe doświadczenia

Pracujemy z klientami na 10 rynkach. Nasza praca dostrzegalna jest w Londynie, Zurychu, Berlinie i Tallinie. Rozumiemy szeroki kontekst międzynarodowych działań jak i lokalny charakter każdego z rynków.

WI

WI

---

Zapraszamy do  
rozmowy

---

Jakub Sawicki

[j.sawicki@wills.pl](mailto:j.sawicki@wills.pl)

+48 530 643 119

[www.wills.pl](http://www.wills.pl)