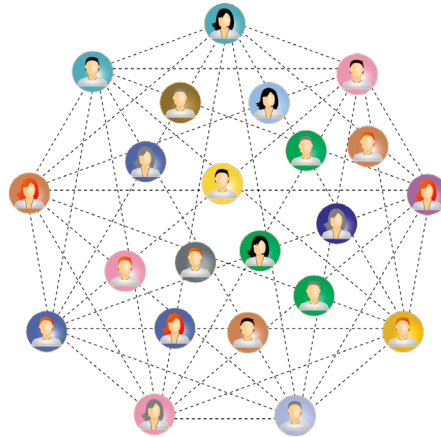


Superbrands w czasie pandemii



Przygotuj komunikację
marki

Stoimy dziś razem w obliczu wyzwania,
z jakim nie przyszło się mierzyć
ludzkości od dekad.

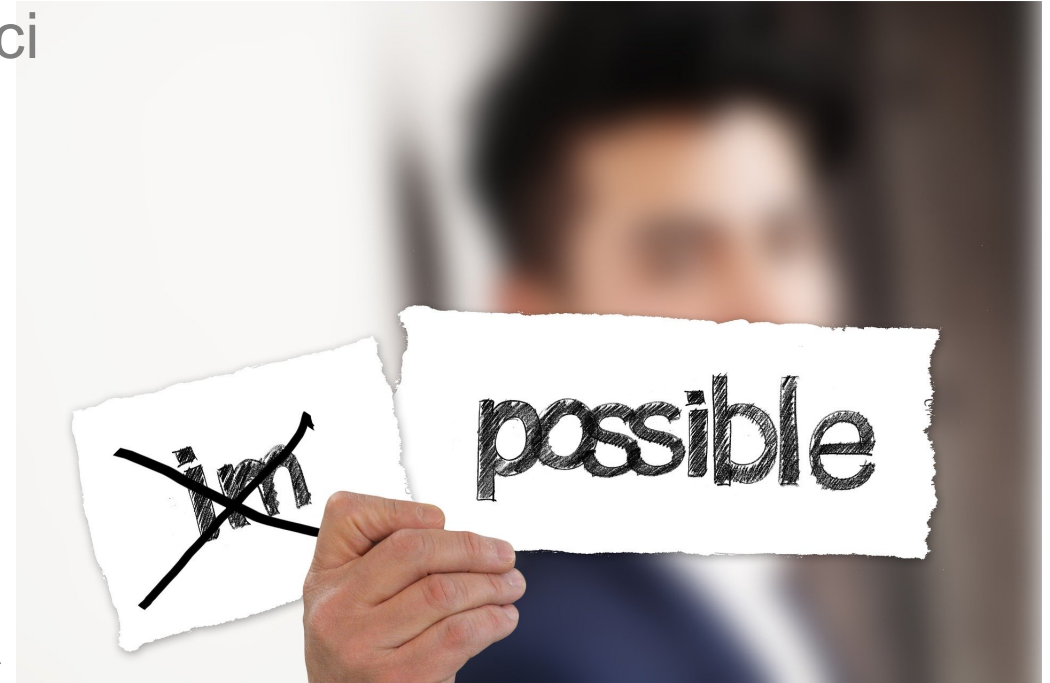
Efekty podjętych decyzji i
zaniechań będą odbijać się szerokim
echem przez wiele kolejnych lat.



Szanowni Państwo, historię tworzymy TERAZ!

Marka - poczucie stabilności

- w czasie chaosu, braku przewidywalności i poczucia bezpieczeństwa marki są tym, co daje poczucie stabilności
- komunikacja i jakość budowana przez wiele lat jest dziś drogowskazem dla konsumenta
- pomimo nieprzewidywalnych warunków na zewnątrz, w czasie niepewności jutra tym, co daje konsumentom poczucie bezpieczeństwa jest właśnie **marka**



Garść danych

- 84% konsumentów w czasie pracy z domu wypróbowało jedną nową usługę po raz pierwszy*
- pojawili się nowi bohaterowie na miarę Avengers – lekarze i ratownicy
- zwiększa się zapotrzebowanie na pozytywne bodźce – wspólne śpiewanie na balkonach, wsparcie dla seniorów, akcje dowozu pożywienia dla lekarzy, inicjatywa – zgłoś się jeśli nie masz co jeść, szycie maseczek i rozdawanie społeczeństwu i wiele innych. Humor stał się jednym z czynników pozwalających zachować dystans
- zwiększa się potrzeba poczucia wspólnoty i przynależności oraz jednoczenia się we wspólnym celu.
- zwiększa się oferta i możliwości dokonywania zakupów online oraz bezpłatna oferta rozrywkowo – edukacyjna
- co się zmieni? Poczucie bezpieczeństwa, a za nim ograniczanie wydatków. W pierwszej kolejności zaspokajane są artykuły zapewniające byt i przetrwanie. Ograniczone są wydatki w dłuższej perspektywie czasowej.

*źródło: DDB – Reklama w czasach zarazy. Strategie komunikacji w obliczu pandemii koronawirusa. Marcin Trzepla

Marka – buduje wiarę w lepszą przyszłość

W historycznym momencie, w którym uczestniczymy, wiele marek zdecydowało się działać na rzecz wyższego dobra.

- na rzecz dobra społeczeństwa
- na rzecz wspólnego zdrowia i poczucia bezpieczeństwa

CSR stał się prawdziwym, głębokim działaniem, tak bardzo potrzebnym dziś.



Marka – buduje wiarę w lepszą przyszłość

Anwil



Firma ANWIL przekazała 1 mln zł na walkę z koronawirusem

*Jesteśmy firmą odpowiedzialną społecznie. Czujemy się w obowiązku wspierać mieszkańców regionu, w którym działamy. Dlatego przekazujemy rekordową kwotę miliona złotych na realizację inicjatyw ułatwiających odpowiednim służbom walkę z koronawirusem. Nasze zaangażowanie to konkretna pomoc dla pracowników służby zdrowia i innych instytucji działających na rzecz lokalnych społeczności w województwie kujawsko-pomorskim – podkreśla **Agnieszka Żyro, Prezes Zarządu ANWIL S.A.***

ANWIL przekazał 300 tysięcy złotych włocławskiemu szpitalowi

Pomoc finansową od spółki ANWIL S.A. otrzymał Wojewódzki Szpital Specjalistyczny im. Błogosławionego Księdza Jerzego Popiełuszki we Włocławku. Przeznaczy ją głównie na zakup maseczek, pościeli jednorazowych, gogli, kombinezonów, rękawiczek, fartuchów operacyjnych, a także środków do dezynfekcji.

źródło: www.anwil.pl

Superbrands®
POLSKA

XIV EDYCJA
SUPERBRANDS

Marka – komunikacja w czasie pandemii

Zaspokojenie nie tylko potrzeb fizjologicznych ale także emocjonalnych:

Pozytywne bodźce pokazujące jedność marek z konsumentami są strategią komunikacji na czas pandemii.

Pomocowo: przekazywanie funduszy, środków
Symbolicznie: podziękowania dla pracowników



Marka – komunikacja w czasie pandemii

ERGO
HESTIA®



Grupa ERGO Hestia, doceniając ogromne poświęcenie i zaangażowanie ratowników medycznych, zdecydowała właśnie o przekazaniu na ich potrzeby miliona złotych.

Jako towarzystwo ubezpieczeń od dawna blisko współpracujemy z ratownikami medycznymi – mówi Marcin Dybuk, rzecznik prasowy ERGO Hestii. - Wiemy, jak ciężka i niebezpieczna jest to praca. Ryzykują każdego dnia dla bezpieczeństwa innych. Podziwiamy ich za to. Ale dzisiaj słowa uznania to za mało. Potrzebna jest konkretna pomoc dla ludzi, którzy walczą na pierwszej linii frontu w "wojnie" z koronawirusem. Dlatego ERGO Hestia zdecydowała się przekazać na ich najpilniejsze potrzeby milion złotych.

Porozumienie z Polską Radą Ratowników Medycznych zostało podpisane w piątek 27 marca 2020 roku.

źródło: <https://media.ergohestia.pl/>

Marka – komunikacja

Marka milcząca przestaje istnieć w głowach i sercach konsumentów.*

Nie bądź obojętny. Rozmawiaj z konsumentem. Opowiedz mu o tym co robisz. Powiedz o tym, że jesteś z nim i dla niego.

- komunikuj pozytywne działania marki
- pokaż jakiego wsparcia udzielasz
- pokaż, że dbasz o wspólne dobro dla swojego konsumenta

* Dorota Haller – Dyrektorka marketingu, komunikacji i digital w Huawei CBG Polska

Marka – komunikacja

CISOWIANKA



Cisowianka dostarcza wodę do szpitali zakaźnych

Jesteśmy dumni że możemy wspierać polskie szpitale zakaźne w tym trudnym dla wszystkich czasie.

Szczególne podziękowania kierujemy do pracowników, którzy kontynuują pracę, dzięki czemu Cisowianka może dostarczać wodę do polskich szpitali, wspierając w ten sposób personel medyczny i pacjentów.

źródło: <https://www.facebook.com/Cisowianka.Cisowianka>

Superbrands[®]
POLSKA

XIV EDYCJA
SUPERBRANDS

Czy wiesz, że...

po kryzysie, to wszystko co teraz
komunikujesz, co robisz

**na zawsze zostanie
w pamięci Twoich konsumentów
i partnerów biznesowych.**



Marka – komunikacja



Innogy Go pomaga Harcerzom rozwozić zakupy i posiłki dla seniorów

Auta innogy go! współfinansowane przez ING Polska ruszyły na pomoc! Razem z Harcerzami i Harcerkami z #PogotowieZHR nasze BMW i3 dzielnie rozwożą zakupy i posiłki osobom starszym i objętym kwarantanną 🙋 Jeśli także chcecie pomóc - dołączcie do wydarzenia założonego przez #PogotowieZHR

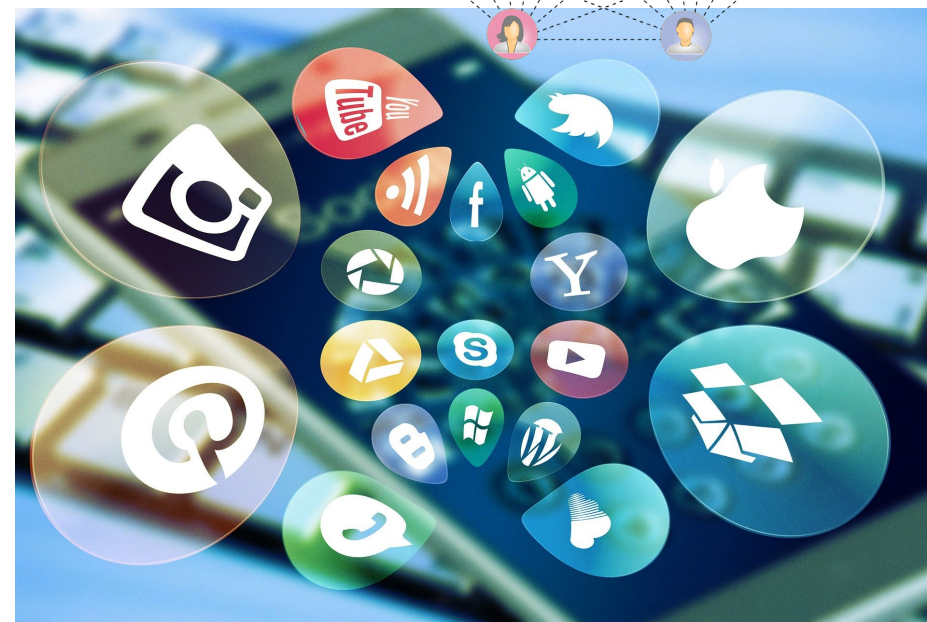
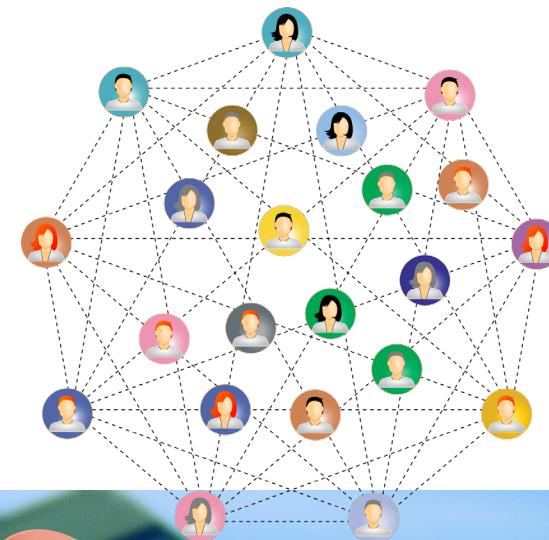
<https://www.facebook.com/events/631880244054853/> ❤️

źródło: <https://www.facebook.com/innogygo>

Marka – Zróbmy to razem!

Wspieramy uczestników projektu Superbrands 2020 w komunikacji.

Opowiemy o Waszych działaniach we wszelkich możliwych kanałach komunikacyjnych i w naszych mediach społecznościowych.



Kluczowe predykcje dla marek



- wiele tygodni kryzysu
- zmiana potrzeb i nawyków konsumentów w kryzysie
- zmiany w obrotach w poszczególnych sektorach w gospodarce krajowej i kolejne zmiany po zakończeniu kryzysu
- zmiany w modelach konsumpcji – trudne do przewidzenia, które z nich będą stałe, a które wrócą do stanu sprzed pandemii

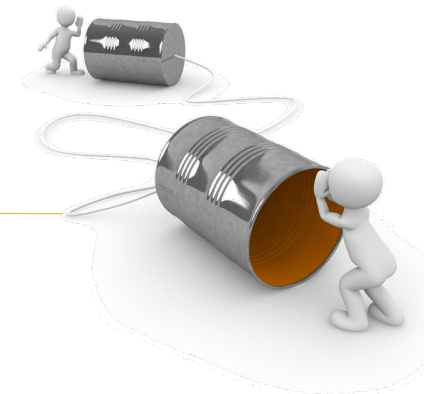
Co dalej? – bądź przygotowany

- pandemia się skończy
- kryzys też
- zachowania konsumentów w najbliższym czasie są trudne do przewidzenia

To, na co masz wpływ, to własne działania.



Najważniejsza jest KOMUNIKACJA!



Co dalej? – bądź przygotowany

Co zostanie po pandemii?

- trauma, dziura w budżecie, spadek PKB, realna ocena stanu sektora ochrony zdrowia
- gospodarka - spadki obrotów, zwolnienia w sektorach turystyki, gastronomii, beauty, fitness. Wzrosty w sektorze szeroko rozumianej higieny i ochrony zdrowia, artykuły spożywcze, rozrywka i edukacja online, ubezpieczenia
- z badań Euromonitora „Consumer in Crisis” 60% konsumentów mówi, że w ciągu kilku miesięcy będą wydawać tyle co w poprzednich latach



źródło: DDB – Reklama w czasach zarazy. Strategie komunikacji w obliczu pandemii koronawirusa. Marcin Trzepla

Marka – bądź przygotowany

- **skalibrowanie strategii** działania by dostosować się do nowych realiów i rewizja dotychczasowych planów
- **odpowiedź na nowe potrzeby konsumentów** - zaangażowanie we wspólną sprawę, budowanie pozytywnej komunikacji i relacji marki z konsumentem
- **planowanie działań** o horyzoncie średnio - i długofalowym - przygotowanie możliwych scenariuszy
- **budowanie siły marki** poprzez komunikację działań CSR

Jesienią spotkamy się w naszym popandemicznym świecie

Punktem naszych rozważań będzie odbudowa biznesu w nowych realiach.

Organizacja Superbrands stoi w jednym szeregu z innymi markami analizując rzeczywistość, przyglądając się aktualnym zmianom i zachęcając marki do opowieści jak działają i jak radzą sobie w dobie chaosu.

Marka – opowiedz historię



Album XIV edycji Superbrands przejdzie do historii.

Zawarte w nim opowieści będą światłem przewodnim najbliższych pokoleń przedsiębiorców – jak zarządzać marką w czasach kryzysu.

Gala Superbrands – wydarzenie historyczne



To nie będzie zwykła Gala.

Wydarzenie historyczne branding w Polsce – historia sukcesu marek w czasie kryzysu.

Historia heroicznych działań podejmowanych w dobie pandemii, chaosu, braku przewidywalności, kwarantanny.

Odbierając statuetkę – opowiedz o tym całej Polsce!

Superbrands – po co mi teraz?

- produkt lub usługa wyróżni się w swojej kategorii. Będzie wiadomo, że marka zwycięsko wyszła z kryzysu
- postawa marki wyróżni się na tle innych konkurencyjnych brandów
- marka będzie przygotowana do stawienia czoła komunikacji na jesieni, kiedy to będziemy mierzyć się z wyzwaniami, które spotkają firmy po czasie zarazy
- reklama, która aktualna jest dziś, jutro może już taka nie być - mniej ryzykowną inwestycją jest komunikacja działań CSR
- **dzięki Superbrands Polska dotrzesz do szerszego grona odbiorców z najbardziej wartościowym przekazem!**

Superbrands – komunikacja

ams
LIDER INNOWACJI OOH

 GAZETA.PL

I M M

KINADS
REKLAMA W KINIE




MARKETING
przy kawie

OOH magazine
www.oohmagazine.pl

 **onet**

THINKTANK

TOK FM Pierwsze
Radio
Informacyjne

 **PRoto**
PUBLIC RELATIONS

WP

Superbrands[®]
POLSKA

XIV EDYCJA
SUPERBRANDS

Superbrands – dołącz do nas

Facebook:

<https://www.facebook.com/superbrands.polska/>

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/superbrands-polska>

Kontakt

Spotkamy się we wrześniu

superbrands@superbrands.pl
<http://superbrands.pl/>

Wyłącznym przedstawicielem Superbrands w Polsce jest
New Communications Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Spółka komandytowa ul. Bałuckiego 20/3, 02-557 Warszawa