

The background is a vibrant, abstract composition of colorful splatters and dots. The colors transition from warm tones (red, orange, yellow) on the left to cool tones (purple, blue, cyan) on the right. A faint, stylized silhouette of a butterfly is centered in the background, overlapping the colorful splatters. The text 'Adriana Krawiec' is overlaid in the center in a white, sans-serif font.

Adriana Krawiec

# Articles: Brand PR

Najważniejsze kanały komunikacji marketingowej w 2013 roku

Na każdym rynku, na którym działamy, prowadzimy integrowaną komunikację marketingową. Składają się na nią programy motywacyjne dla naszych Partnerów Handlowych, kampanie w prasie, radiu i telewizji. Coraz częściej do komunikacji wykorzystujemy nowe media, w tym social media.

Personalne benefity nie są wystarczające, by zbudować markę, co chcemy robić na każdym rynku, na którym działamy. Postawiliśmy więc na sport – a dokładniej piłkę nożną. Ta dyscyplina jest źródłem emocji i skorażeni, z którymi chcemy być utożsamiani, takich jak sukces, wygrana, siła, walka, fair-play. Działamy w segmentach Top Premium, dlatego naszymi partnerami są jedne z najwyższej cenionych drużyn sportowych. W tym celu nie ma sensu, wiąże się to z rozpropagowaniem marki w mediach, wśród klientów, zbudowaniem rozpoznawalności, poprzez newslettery i social media nie po zapraszaniu czołowych piłkarzy z drużyn, które reprezentujemy na nasze stoiska na największych targach wystawowych, w których bierzemy udział. Trudno o sukces, który z tych kanałów jest ważniejszy. Często to synergia wszystkich podjętych działań przynosi najlepsze efekty.

Plany na 2014 rok

Dziś w obliczu mediów społecznościowych i zaawansowanych technologii trendy zmieniają się bardzo szybko. Nie ulegamy jednak chwilowym modom i nie wychodzimy ślepo w nowe kanały komunikacji marketingowej.

Budżet na działania digitalowe

Z roku na rok budżet na działania digitalowe rośnie. Łączymy działania z zakresu ATL, BTL i digital oraz coraz częściej social. Mamy przyjęte osobne budżety na aktywność w sieci. Nie tak dawno wróciliśmy z paryskich targów Batimat. Jedną z atrakcji naszego stoiska była aplikacja oparta o technologię Augmented Reality. Nie wpisaliśmy tego w odrębny budżet digitalowy, ale w całość działań związanych z przygotowaniem i zaprezentowaniem się na targach.

Współpracujemy z różnymi wykonawcami, jednak ostateczne decyzje są w gestii naszego wewnętrznego działu marketingu. Dział ten, mając wiedzę o firmie i łącząc ją z merytorycznym wsparciem agencji i poszczególnych działów wewnętrznych, jest odpowiedzialny za pozyskiwanie i przekazywanie wiedzy oraz budowę całego konceptu makro marketingowego dla danego rynku. W OKNOPLAST przy opracowywaniu nowych produktów, kanałów styku z klientem – ściśle współpracujemy też z partnerami biznesowymi, aby jeszcze lepiej odpowiadać na rosnące potrzeby klientów. Z większością

OFICJALNA PREZENTACJA FIRMY OKNOPLAST JAKO NOWEGO SPONSORA OLYMPIQUE LYON



KONFERENCJA PRASOWA OKNOPLAST W DORTMUNDZIE

wykonawców i dostawców usług wielu lat. Mając do siebie zaufanie, zamierzane cele.

Najważniejsze wydarzenia w

Działamy na 10 rynkach, dlatego wydarzenia były ważne z punktu widzenia firmy. Na pewno istotnymi pod względem wydarzeniami, w których mogliśmy wyróżnić się, były targi budowlane – czy właskie Made Expo. Nasze stoisko było nie tylko rozmiarom (ok. 200m<sup>2</sup> powierzchni ekspozycji), ale i nowymi technologiami (aplikacja wykorzystująca Augmented Reality podczas targów gościła specjalnymi – piłkarzami klubowymi, którzy uświetnili swoją obecność na stoisku OKNOPLAST podczas targów Made Expo 2013 w w Warszawie.

Firma OKNOPLAST w ciągu ostatnich lat zdobyła też liczne nagrody w zawodach. Co więcej w konkursie VIE oraz Konkursie Promocyjny Lider w Branży biurowej przyznano wyróżnienia dla OKNOPLAST również w rankingach 2013. OKNOPLAST od wielu lat jest w tym rankingu. Nasze produkty są w tym rankingu – dwa z nich – okno e

## Z Grupy OKNOPLAST podbijają Europę?

Do portfolio firmy OKNOPLAST tego roku doszły aż dwie nowe międzynarodowe marki piłkarskie: Borussia Dortmund oraz Olympique Lyon, a także dwie nowe firmy z branży stolarki otworowej: WnD i Aluhaus. Wejdą one w skład nowo powołanej Grupy OKNOPLAST, której flagową marką pozostanie OKNOPLAST. Wszystko to ogłoszono na przełomie ostatnich kilku miesięcy.

TEKST: Adriana Krawiec  
 REDAKCJA: Tomasz Pępek  
 ZDJĘCIA: OKNOPLAST  
 NAPISZ DO EKSPERTA: A.Krawiec@oknoplast.com.pl

WnD i Aluhaus w oparciu o rozwiązania i doświadczenia Oknoplastu będą produkować i eksportować wysokiej jakości stolarkę okienną i drzwiową w segmencie ekonomicznym plus (WnD) oraz w segmencie premium (Aluhaus) z aluminium (Aluhaus). Krok ten





# Articles: Event reports



The screenshot shows the website 'MARKETING przy kawie'. At the top, there is a search bar with the text 'Szukaj...' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is the website logo, which consists of a stylized 'M' and 'K' symbol. Below the logo, the text 'MARKETING przy kawie' is displayed. Further right, there are social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, and RSS. Below these icons, there is a logo for the European Union and the text 'Unia Europejska'. On the far right, there is a user profile icon and the text 'Zaloguj'.

The main navigation menu is located below the search bar and logo, with the following items: Espresso, Artykuły, Wywiady, Personalia, Wydarzenia, Oferty pracy, and Raporty i analizy.

The article featured is dated 21.06.2018 and has the title 'Wolelibyśmy, żeby ta kampania nie była potrzebna. Młodzi twórcy mówią o swoim dziele prezentowanym w Cannes'. The article text is in orange and reads: 'Ten projekt przygotowała czwórka francuskich studentów. Na jego widok specjaliści z Amnesty International ponoć oniemieli. Zwycięzcy konkursu organizacji EACA dziś chwalać się swoją kampanią „W imię uchodźców” podczas Cannes Lions 2018. Czym wyróżniła się ich praca?'. Below the article text, there is a small text block: 'Z Raphaëlem Mochi, reprezentantem zwycięskiej drużyny Link z Ecole Supérieure de Publicité, rozmawia Adriana Krawiec'. At the bottom of the article, there is a button that says 'Czytaj także'.



## Advertorials

Współpraca

BIZNES

LETTER

OPINIA

FAKT

STARTY FIRM

Nieruchomości

Mieszkania i domy

Pracownicy i logistyka

Pracownicy i logistyka

Pracownicy i logistyka

Pracownicy i logistyka

## Dlaczego warto mieszkać we Wrocławiu?

Są w Polsce miejsca, gdzie mieszkańcom sprzyja klimat, a o emisję CO2 ma wszystko to, czego potrzebuje. Takim miastem jest Wrocław. Wrocław – miasto mostów i kładek, Wenecja północy, które jak magnetisuje braci, inwestorów i nowych mieszkańców. Wrocławia nie można nazwać miastem złożonym i wielowątkowym. Po chudych latach dziś jest gwiazdą wśród polskich miast. Dlaczego warto mieszkać we Wrocławiu?

### Wrocławia nie interesują pociągi do Warszawy

Wrocław to miasto z którego wyjeżdżać się ani nie chce, ani też nie ma. Andrzej Wiszniewski, były rektor Politechniki Wrocławskiej: "To właśnie Wrocław nie interesują pociągi do Warszawy". Miasto ma swoje własne Morskie Cieplice wzniesione rękoma mieszkańców. Ponadto jako jedno z nielicznych miast ma swoją miejską – a nad nią przerzucone kolorowe kładki. To wszystko sprawia, że Wrocław jest miastem Północy. Dlaczego warto mieszkać we Wrocławiu? Wcale nie powoduje to, że Wrocław jest miastem, ale dlatego, że klimat i władze sprzyjają tu mieszkańcom jak w żadnym innym mieście.

Dziś każde miasto ma swoje hasła reklamowe, niestety za większość z nich nie ma miejsca spotkań – jakiegoś nosa mieli wóldarze wrocławscy stawiają sobie wręcz miejsce spotkań klasy biznesowej, ale i turystów i wszystkich innych. W tym tego słowa znaczeniu. Niedawno w nadodrzańskim mieście ruszył w życie plan na przyszłość oceniający możliwości redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Chapters in books

---

# HOLOCAUST VS. POPULAR CULTURE

INTERROGATING INCOMPATIBILITY AND  
UNIVERSALIZATION

Edited by  
Mahitosh Mandal and Priyanka Das

Representing the  
company during the  
biggest Industry events

---



Text editing and supervision over the execution of printing and image materials.

z jedną usługę:

opracowanie pomysłu na kampanię prasową

opracowanie pomysłu na kampanię outdoorową/ambient

projekt rebrandingu

opracowanie spotów radiowych

A my wykonamy ją Ciebie gratis!

I TWOJ  
BON  
NA LEPSZE  
ŻYCIE  
DLA TWOJEJ  
MADRY

"MOJE OKNO NA FUTBOL"

I WYGRAJ

JEDNĄ z TRÓCH  
KOSZULEK INTERU MEDIOLAN.

Weź udział!

Całkowity limit wygranych jest ograniczony i może się w dowolnej chwili skończyć. Dla wygrania są potrzebne kodziki INTERU MEDIOLAN oraz inne postanowienia regulaminu.



# Supervision over e-marketing projects implementation

YOURSELF

STYLIZACJA



POKAŻ NAM  
SIĘ NOSIĆ T

Stwórz autorską stylizację  
Zwycięzcy otrzymają  
i lakiery OPI z kolekcji  
Nagrodzimy



click memo  
for  
Podaj Dalej





ADRIANAKRAWIEC@WP.PL