



**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów  
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii
Działania marketingowe w celu zwiększenia popytu na nasze usługi.
Imię i nazwisko autora/autorów
Marta Leitgeber, Martyna Gaczkowska
Uczelnia, Wydział, Specjalność
Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Zarządzanie przedsiębiorstwem
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia
Branża budowlano- remontowa
Opis rozwiązania/strategii: <ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i></li> <li>2. <i>podstawowy cel realizacji</i></li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Największym problemem, który strategia ma rozwiązać jest bardzo duża konkurencja w branży budowlano- remontowej oraz problem dotarcia do klienta z ofertą. W dzisiejszych czasach rynek jest przeładowany reklamami w telewizji, internecie i prasie, dlatego ciężko jest dotrzeć do klienta poszukującego fachowców z danej branży.</li> <li>2. Podstawowe cele do realizacji to pozyskanie jak największej ilości klientów, na początku na rynku lokalnym, a w przyszłości na dalszych. Kolejny cel to stanie się firmą bardzo konkurencyjną pod względem cenowym a także, jakości i tempa wykonywanych prac. Dla przedsiębiorstwa, celem jest również poszanowanie klienta i dotrzymanie terminów, gdyż jest to jeden z elementów budowania dobrego wizerunku firmy, co skutkować będzie w przyszłości napływem nowych klientów.</li> </ol>





#### Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

W przedsiębiorstwie innowacyjnym elementem jest strona marketingowa. Firma stawia na dobrą i szeroką reklamę (prasa, internet, media) oraz promocję dla klientów w postaci rabatów.

Głównym elementem będzie reklama w Internecie na portalach społecznościowych, takich jak facebook i nasza klasa. Wstępnie stworzymy profil naszej firmy przedstawiając zakres działalności i wklejamy w galerii ciekawsze projekty firmy. Zapraszamy do znajomych wszystkich mieszkańców miasta w którym działamy oraz załączamy możliwość skorzystania z rabatu (który ma datę ważności), ma to na celu zapoznanie potencjalnych klientów z firmą oraz po przez rabat zachęcenie do skorzystania z oferty. Następnie prowadzenie korespondencji z potencjalnymi klientami przez owe portale i bieżąca aktualizacja naszych danych i uaktualnianie galerii o coraz to ciekawsze projekty. Z biegiem czasu poszerzamy rynek działalności usługowej o pobliskie miejscowości i wraz z rozszerzaniem się struktury firmy pozyskiwanie nowych klientów z dalszych miejscowości.

Kolejny krok to reklama w prasie lokalnej (miejscach gdzie firma będzie świadczyć swoje usługi) oraz ulotki informacyjne, umieszczane np. na tablicach ogłoszeniowych znajdujących się w blokach mieszkalnych. Następny element strategii to współpraca z agencją reklamową i stworzenie spotu reklamowego, który będzie emitowany na podstawowych kanałach telewizyjnych oraz w telewizji lokalnej. Ostatni krok to tzw. „polecenia”, polegać ma to na udzieleniu klientowi rabatu przy kolejnym zamówieniu, pod warunkiem, że poleci komuś firmę, a ta osoba skorzysta z usług firmy. Polecenia wykorzystamy również we współpracy z okolicznymi hurtowniami budowlanymi, tzn. firma będzie polecać swoim klientom daną hurtownię, w zamian hurtownia udziela nam rabatu i poleca nas jako wykonawców.

#### Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

Wstępnie przedsiębiorstwo liczy na zaistnienie na rynku i zapoznanie potencjalnych klientów z ofertą firmy. Następnie przedsiębiorstwo spodziewa się dużej ilości zleceń, co spowoduje rozwój firmy, wiążący się ze zwiększeniem liczby pracowników, poszerzeniem wachlarza usług i obszaru działalności. Przedsiębiorstwo stanie się potężnym konkurentem na rynku a z biegiem czasu i ciągłym prowadzeniem intensywnej kampanii reklamowej, zostanie liderem w branży budowlano-remontowej.

