SZKOLENIE 2021

# Księgarnia miejscem kultury
# Dzień 1, 12.06.2021

# Dofinansowanie

Szkolenie „Klaster działań pro-czytelniczych wokół lokalnej księgarni”, zostało dofinansowane ze środków MKiDN.

POLSKA IZBA KSIĄŻKI

# Agenda

**DZIEŃ 1**

1. Intro
2. Trendy
3. Marketing w czasie rzeczywistym
4. Zrównoważona księgarnia
5. Warsztat

**DZIEŃ 2**

1. Jak tworzyć przestrzeń przyjazną instagramowi i zachęcać użytkowników do dzielenia się
2. Zaplanuj kampanię

# To my!

WEMAGINE

ikastunowicz@gmail.com

## Iwona

#CX
#designthinking
#B2B
#start-ups
#lean
#trends

## Linda

#digital
#designthinking
#UX
#B2C
#management
#trends

linda.majerowicz@gmail.com

**@we.magine**

https://youtu.be/Gxm7Hu-IHJs

2

# Trendy

# 1. Hybrydowy świat

- Wiele osób skorzystało w usług cyfrowych po raz pierwszy
- I nie wróci już w pełni to przyzwyczajeń sprzed pandemii
- Granica między światem online i offline jeszcze bardziej się zatarła (omni-channel)

**Szanse dla biznesu**

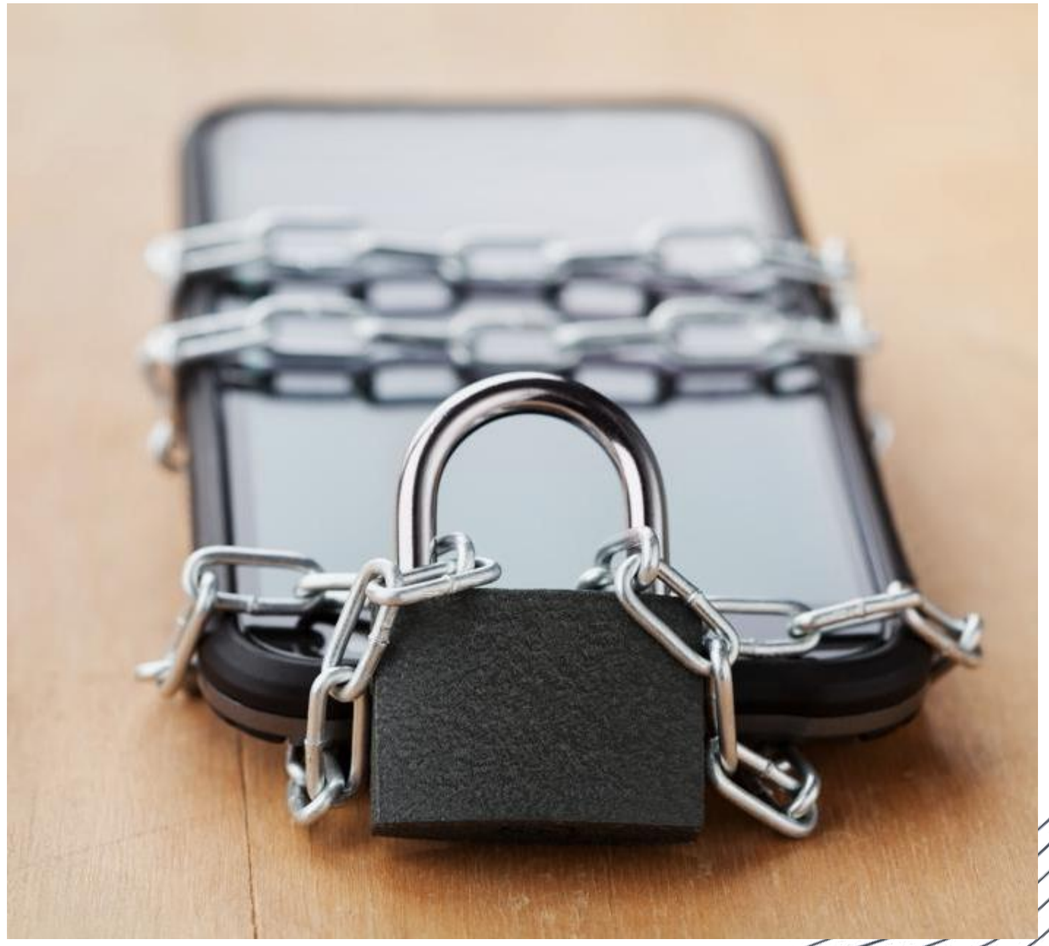
- Budowanie relacji z klientami tam gdzie, kiedy i jak chcą
- Łączenie kanałów i przenoszenie doświadczeń z online do offline (i odwrotnie)

# 2. Digital Detox

- Szukanie równowagi między światem offline i online
- Narzucanie sobie ograniczeń korzystania z Internetu
- Chęć powrotu do analogowej rzeczywistości

**Szanse dla biznesu**

- Zachęcanie i ułatwianie
- Budowanie doświadczeń i relacji poza Internetem
- Wykorzystanie w komunikacji



# 3. Docenienie najbliższego otoczenia i lokalnej społeczności

- Ograniczenia przemieszczenia zmusiły do zwrócenia uwagi na najbliższe otoczenie
- Lokalna turystyka i szukanie przygód

**Szanse dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientami w oparciu o lokalność,
- Wspieranie i inicjowanie lokalnych inicjatyw, bycie aktywnym uczestnikiem, łączenie ludzi
- Maksymalne wykorzystanie lokalnego łańcucha dostaw,
- Lokalne partnerstwa
- Budowanie i docenianie lokalnej lojalności!

# 4. Budowanie wytrzymałości i ogólnego dobrostanu

- Rozwijanie swojej odporności na zmiany – wewnątrz i wokół siebie:
  - Rozwijanie umiejętności i wiedzy, podnoszenie swojej atrakcyjności na rynku pracy
  - Dbanie o zdrowie – psychiczne i fizyczne,

**Szanse dla biznesu**

- Wspieranie dobrostanu klientów,
- Tworzenie przestrzeni wolnej od trosk, w której mogę się zrelaksować,
- Wykorzystanie w komunikacji
- Dobór oferty

# 5. Chwila ulgi, eskapizm

- Potrzeba spędzenia czasu, który nie jest związany z żadnym celem, potrzebą osiągnięcia czegoś,
- Odpowiedź na zachowania, które prowadzą do wypalenia, stresu i wymuszają ciągłe doskonalenie się.

**Szansa dla biznesu**

- Stwórz przestrzeń i atmosferę (online, offline) wolną od wirusa, zmartwień, trosk,
- Dostarczaj proste rozwiązania,
- Dostosuj ofertę,
- Nie wymagaj, nie oczekuj.

# 6. Higienicznie i bezdotykowo

- Klienci oczekują przestrzeni i możliwości korzystania z usług z zachowaniem dystansu i bezdotykowo
- Chcą wiedzieć w jaki sposób dba się o ich bezpieczeństwo i higienę
- Równowaga między zabawą a zdrowiem, czystością a dostępnością

**Szanse dla biznesu**

- Bezdotykowe rozwiązania np. płatności
- Higieniczny niezbędnik
- Przynieś sklep do klienta – wirtualne spacery, porady, chaty

# 7. Interakcja = możliwość zakupu

- Rośnie różnorodność punktów styku, w których można dokonać zakupu: Instagram, Facebook, Messenger, Chat, Sklep, Live shopping…
- Każde nawiązanie kontaktu z produktem lub sprzedawcą może doprowadzić do zakupu

**Szansa dla biznesu**

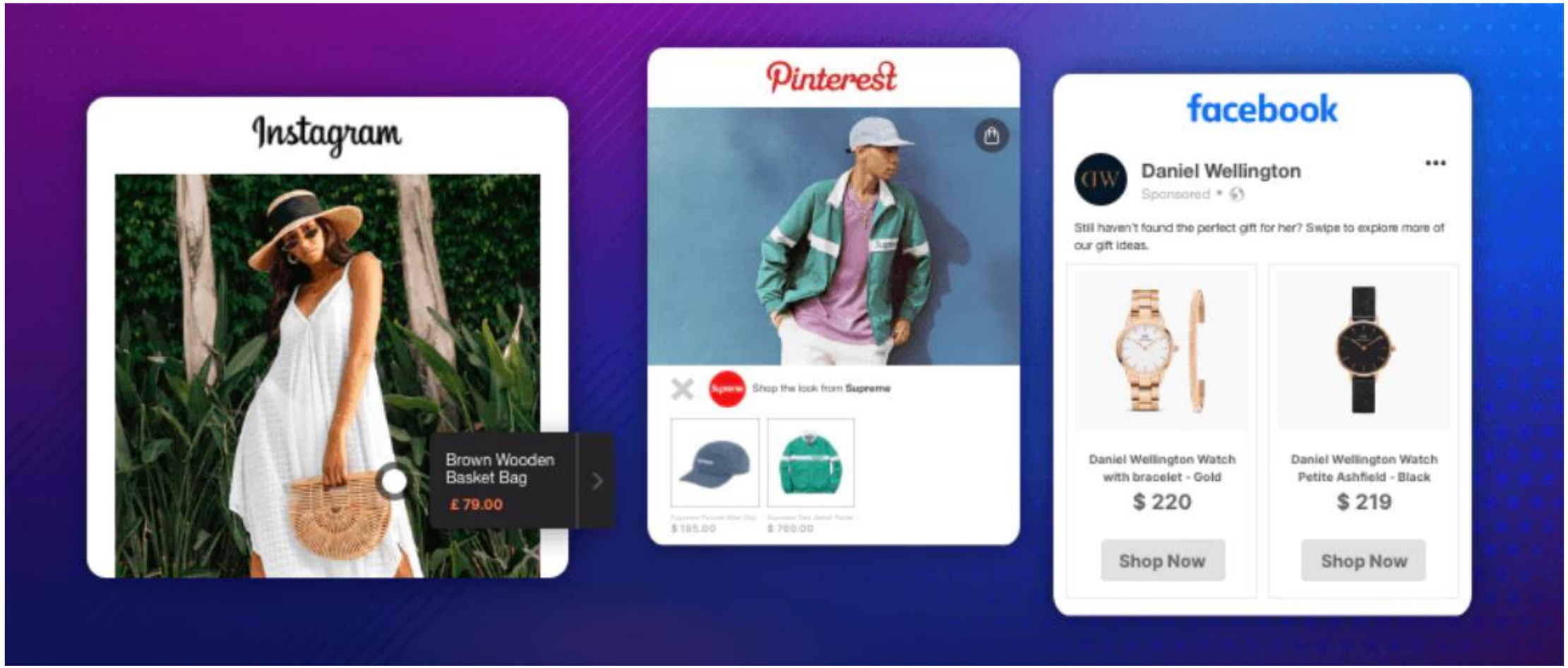
- Ułatwianie dokonania zakupu niezależnie od tego skąd pojawia się klient
- Usuwanie barier
- Wprowadzeni ułatwień i narzędzi, z których korzystają klienci

4

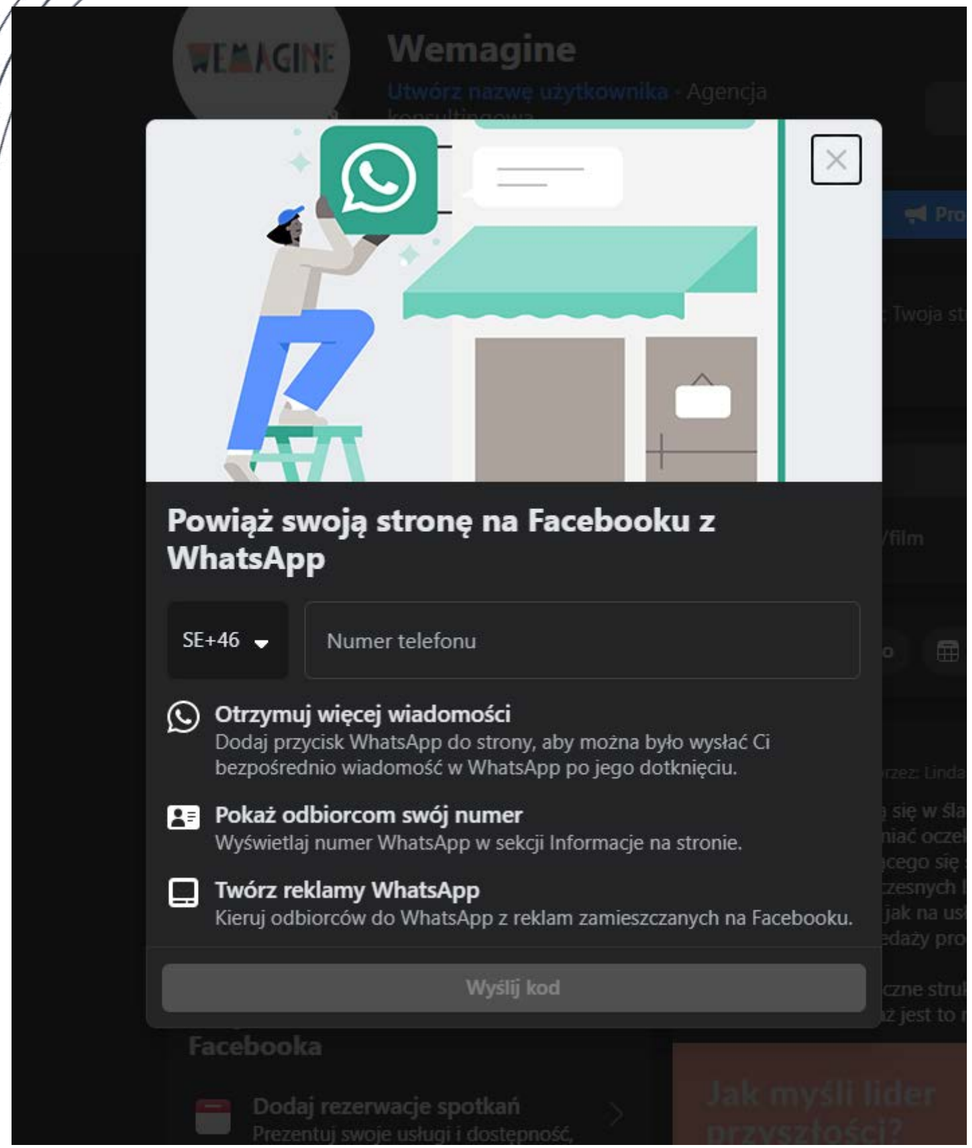
# Social commerce

- Narzędzia

# Sklep w mediach społecznościowych



# Czat to czad


Wemagine
Utwórz nazwę użytkownika · Agencja
Powiąż swoją stronę na Facebooku z WhatsApp
SE+46
Numer telefonu
Otrzymuj więcej wiadomości
Dodaj przycisk WhatsApp do strony, aby można było wysłać Ci bezpośrednio wiadomość w WhatsApp po jego dotknięciu.
Pokaż odbiorcom swój numer
Wyświetlaj numer WhatsApp w sekcji Informacje na stronie.
Twórz reklamy WhatsApp
Kieruj odbiorców do WhatsApp z reklam zamieszczanych na Facebooku.
Wyślij kod
Facebooka
Dodaj rezerwacje spotkań
Prezentuj swoje usługi i dostępność,

Bezpłatne narzędzia biznesowe Facebooka
Dodaj rezerwacje spotkań
Prezentuj swoje usługi i dostępność, aby umożliwić zarezerwowanie...
Organizuj płatne wydarzenia online
Twórz wydarzenia online z płatnym dostępem dla użytkowników.
Zamieść ofertę pracy
Znajdź wykwalifikowanych kandydatów, zamieszczając na...
Dodaj czat do swojej witryny
Zwiększ sprzedaż i zapewnij wsparcie, dodając Messengera do...
Statystyki
Wyświetl wszystko

# 8. Bliżej klienta

- Klient chce być traktowany jak partner, który ma moc współtworzenia i współdecydowania o marce/ biznesie.

**Szansa dla biznesu**

- Angażuj, rozmawiaj, pytaj, wynagradzaj za opinie swoich najbardziej oddanych klientów,
- Zapraszaj klientów do wspólnego rozwiązywania problemów.

# 9. Nowa rola sprzedawcy

- Sprzedawcy zmuszeni są do przedefiniowania swojej roli jako dostawcę usług, którzy budują relacje z klientami i odpowiadają na ich zróżnicowane potrzeby
- Księgarnie = showroomy, klubokawiarnie, miejsca spotkań, szansa na rozmowę i interakcje

**Szansa dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientem – zarówno online, jak i offline
- Udostępnianie swojej przestrzeni
- Wynagradzaj lojalnych klientów

# 10. Kupowanie z sensem

- Rośnie zainteresowanie etycznymi zakupami
- Oraz troska o planetę
- Rośnie też różnorodność potrzeb i rozumienia czym jest zrównoważone działanie

**Szansa dla biznesu**

- Ułatwiaj zrównoważone, etyczne wybory
- Dostosuj ofertę
- Doradzaj i edukuj
- Wykorzystaj w komunikacji

# Marketing w czasie rzeczywistym

KTOZ Krakowskie Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami
około 2 mies. temu

# Co zrobiły marki?

# Co zrobiły marki?

3

# Real-time marketing

- czyli marketing w czasie rzeczywistym
- czyli jak można wykorzystać bieżące wydarzenia (kontekst) do budowania treści (kontentu), tak aby księgarnia zdobyła **rozgłos i rozpoznawalność** a w efekcie **sprzedawała?**

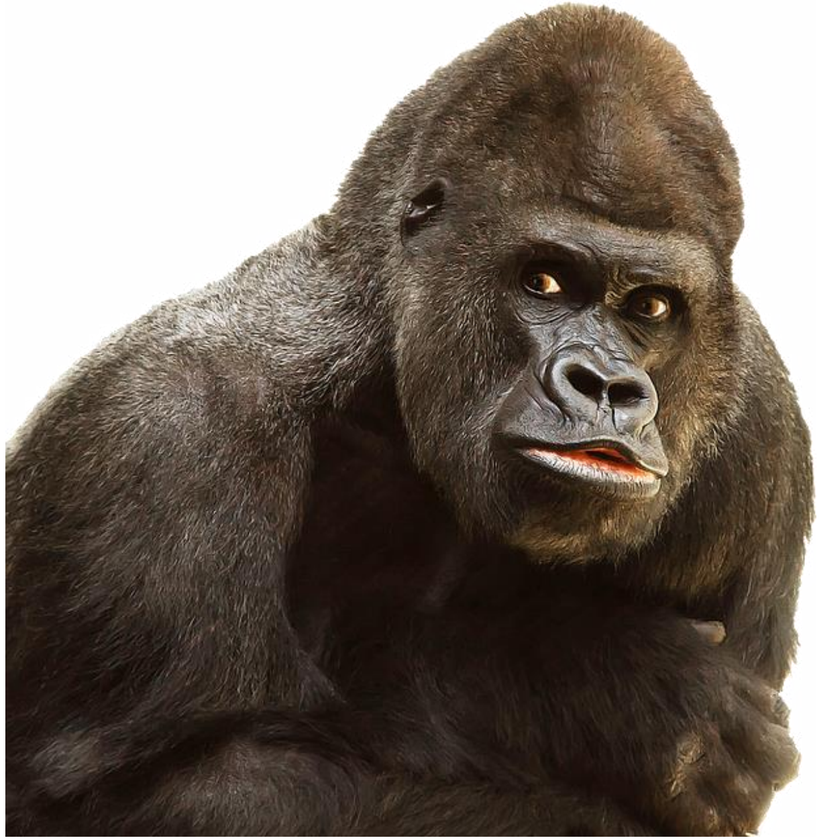
# Real Time marketing

Real Time Marketing *(skrót: RTM)*,

czyli marketing **w czasie rzeczywistym to dynamiczny kontent tworzony przez marki w odpowiedzi na bieżące wydarzenia i trendy**, ale wykorzystujące tylko te, które nawiązują do wartości marki.

Celem jest efektywna promocja poprzez **budowanie świadomości marki, angażowanie ich i wyróżnianie się.**

# Buduj niezapomniany kontent



**KONTENT IS A KING**

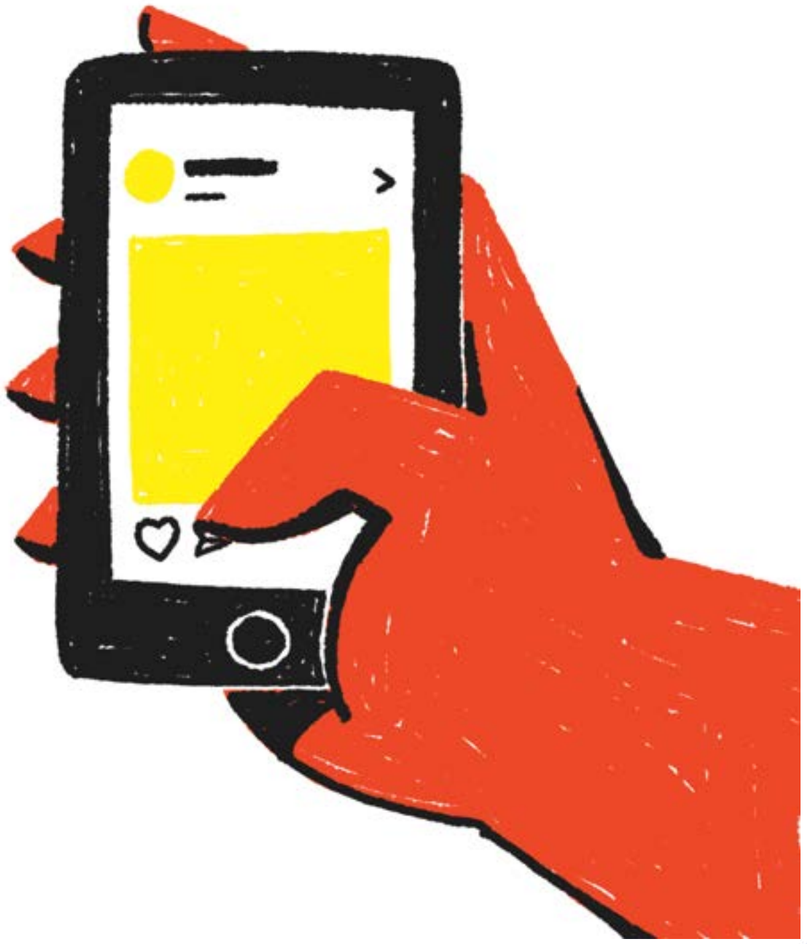
treść jest ważna

# Buduj niezapomniany kontent

## KONTEKST IS A QUEEN

Ale czym jest bez właściwego kontekstu?

# Masz 2 sekundy



# Aby przyciągnąć uwagę

# Bądź uważnym obserwatorem

RTM

# Wyłapuj kontekst

## Royal wedding 2018: Meghan's dad reveals tears over big day

18 June 2018

Wedding of Prince Harry and Meghan Markle

BBC

**Royal wedding 2018: Meghan's dad reveals tears over big day**

Mr Markle also said he and Prince Harry had a conversation about Brexit. He also revealed he had cried while while watching the royal wedding, ...

18 cze 2018

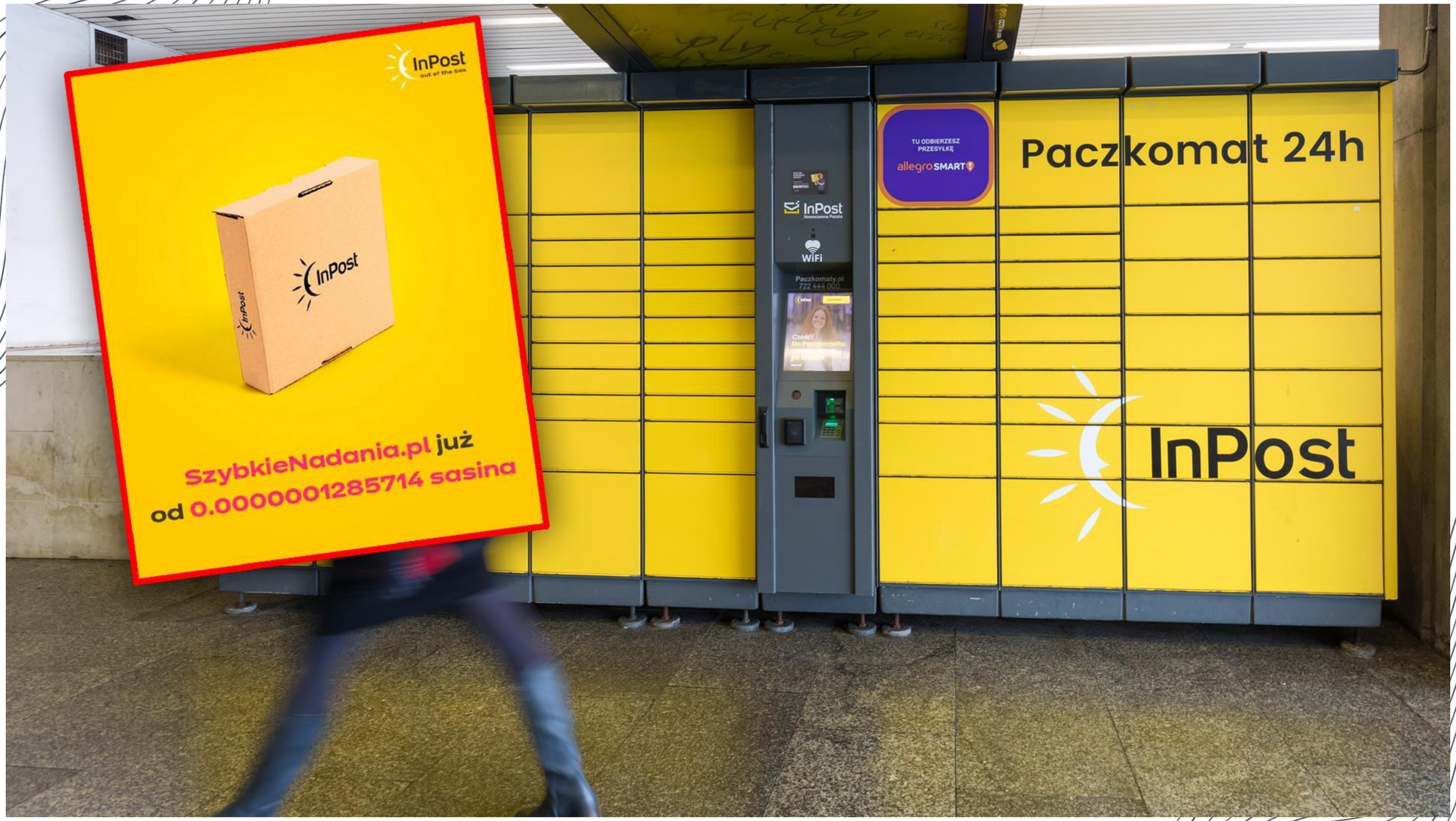
Żywiec
19 maja 2018
Dużo szczęścia na nowej drodze Ż!
Royal Ż
ŻYWIEC
2018
IPA
2017
AMERYKAŃSKIE PSZENICZNE
Nigdy nie jeżdżę po alkoholu
Ty i 1 tys. innych użytkowników
33 komentarze 23 udostępnienia
Lubię to!
Komentarz
Udostępnij

IKEA
około 3 lat temu
Nie martw się, HARRY jest wciąż dostępny.
HARRY
Krzesło
169,-
To szczęśliwy dzień dla pary królewskiej, a może też i dla Ciebie
5,2 tys.
366
2,1 tys.

Żywiec
10 października ·

Brawo Iga!

Żywiec
26 maja o 08:00 ·
Najlepsze Ż!
Duży wybór Mamy
ŻYWIEC
Nigdy nie jeżdżę po alkoholu


InPost
out of the box
InPost
InPost
SzybkieNadania.pl już
od 0.0000001285714 sasina
TU ODBIERZESZ
PRZESYŁKĘ
allegroSMART!
InPost
Nowoczesna Poczta
WiFi
Paczkomaty.pl
722 444 000
Paczkomat 24h
InPost

# Inspiruj się

ADFREAK

**Ikea Had a Great Reaction to Balenciaga Making a $2,145 Version of Its 99-Cent Blue Bag**

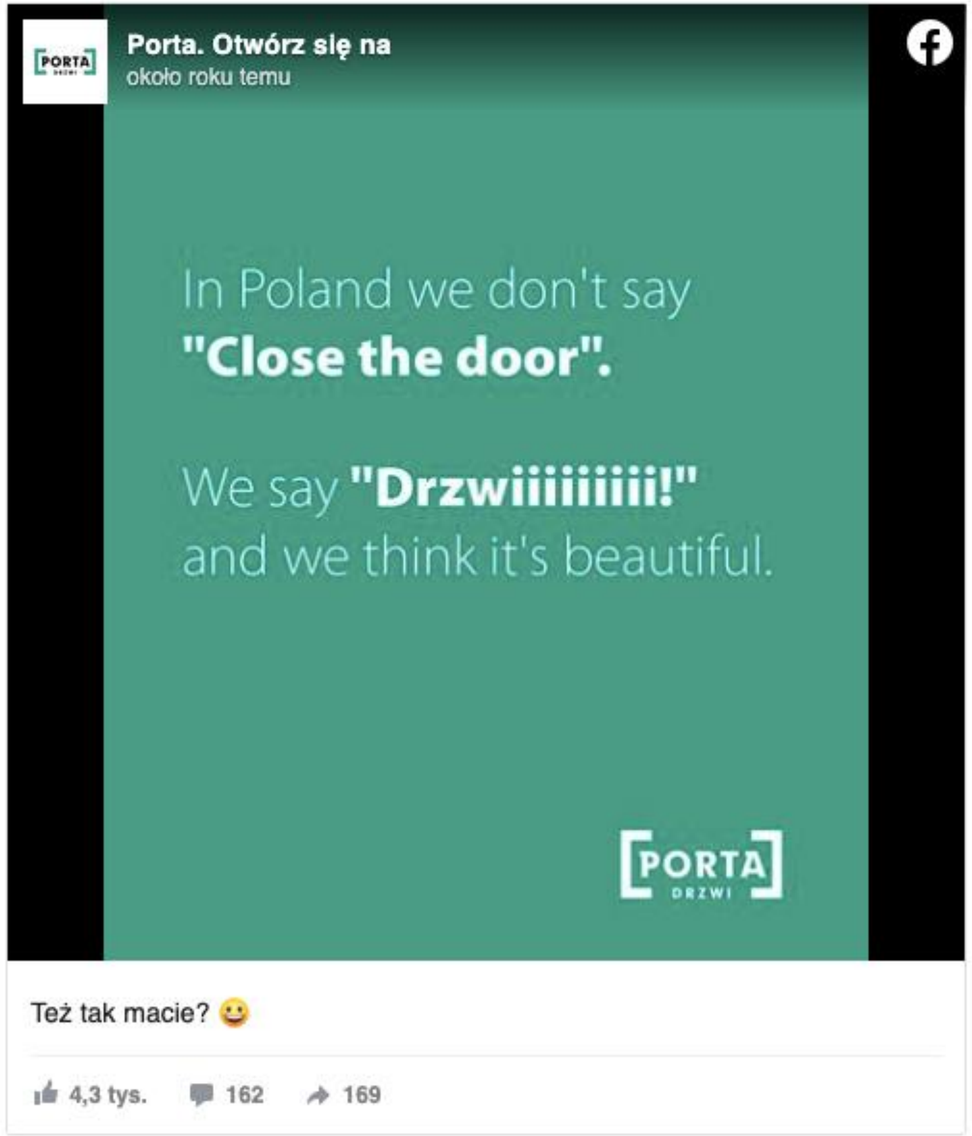
Creative agency Acne crafts a cheeky response ad

# Rozbawiaj

$120,000.00

0,01€
BURGER KING

Banany BIO, luzem, 1 kg
1 kg
5,99
DZIEŁO SZTUKI
BiO Organic
FAIRTRADE
Lidl Polska
9 grudnia · Edytowany
Kupisz je nie za 120 tys. dol., a za 5,99 zł za 1 kg
Nie w galerii sztuki, a w Lidlu. I co najważniejsze – jedzenie ich nie grozi więzieniem, a poprawą humoru! To banany BIO z Lidla – istne owocowe dzieło sztuki!
Pochodzą ze sprawiedliwego handlu – odznaczają się symbolem Fairtrade http://tak.to/Banan
891
151 komentarzy
15 udostępnień
Lubię to!
Komentarz
Udostępnij
Most Relevant
Lidl i inpost dwa bratanki kumple z jednej łapanki , swych klientów olewają grubą kasa obracają.... szkoda że cudzą paczka zaginiona w akcji zlew jednych i drugich kasa zapłacone.. sądzę że przed świetami dogadali się iż po obracają cudzą gotówką dokapitalizuja swoje interesy a klienci ... no cóż ni ci to inni jeleni pełno
Napisz komentarz...


Porta. Otwórz się na
około roku temu
In Poland we don't say
"Close the door".
We say "Drzwiiiiiiiii!"
and we think it's beautiful.
PORTA
DRZWI
Też tak macie? 😀
4,3 tys.
162
169

Lidl Polska
około roku temu
-40%
4,99
2,99
YOUNG CABBAGE
PRODUKT
POLSKI
LIDLOWE
ceny
In Poland we don't say „I'm going to do shopping this weekend". We say "Jak sobota to, tylko do Lidla, do Lidla!" and I think it's beautiful 😀
Już od czwartku, a również w tę sobotę, młoda polska kapusta w wyjątkowej obniżce -40%! Idealna na polski obiad! Warto z tej okazji wybrać się do Lidla 😀 https://tak.to/YoungCabbage
6,1 tys.
432
147

mBank Polska
około roku temu
In Poland we don't say
"Here's your change"
we say
"Grosik będę winna..."
and I think it's beautiful.
875
36
24

ING Polska
około roku temu
In Poland we don't say „for sure”, we say „masz to jak w banku” and we think it’s beautiful.
1,1 tys.
43
18

# nie tylko online

# Postuj na czas czyli kiedy?

- Przed
- W czasie
- Po

Szybko.
W punkt.
Inteligentnie, zabawnie.

RTM

# Jakich postów nie robić?

# Korzyści vs. zagrożenia

- **Mobilność i szybkość**
- Szansa na spontaniczny **kontakt z Internautami**
- **User generated content** - darmowy marketing
- Większa ekspozycja marki, **zainteresowanie marką** oraz finalnie wzrost wiarygodności i sprzedaż

- Nietrafiony komunikat i wywołanie negatywnych emocji wokół postu
- ‚Spalony' post czyli opublikowany za późno
- Poniesione koszty związane z koniecznością włączenia działań PR-owych

# Praktyka czyni mistrza

**Skąd czerpać inspiracje:**

1. Z życia i tego co nas otacza – wydarzenia sportowe, kulturowe etc.
2. Z mediów społecznościowych np. Make Life Harder
3. Z portali informacyjnych (onet.pl, Pudelek ;))
4. Korzystając z narzędzi https://trends.google.com/trends/?geo=PL

# Pomysł na RTM

- Indywidualnie
- Zaplanuj komunikat:
  1. Poszukaj inspiracji – bieżącego wydarzenia, dyskusji w social media
  2. Dopasuj produkt
  3. Zastanów się jak to połączyć
  4. Wymyśl hasło

  **I zawsze pamiętaj o swojej grupie docelowej!**

10 MINUT

2

# Zrównoważona księgarnia

- Księgarnia miejscem kultury zaangażowanym społecznie i ekologicznie

# Zielone pokolenie kupuje świadomie

Wartości:
- społecznie i ekologicznie świadomi i zaangażowani

Jako konsumenci:
- Wydają znacznie więcej na marki zrównoważone, etyczne i przyjazne dla środowiska linie produktów, łańcuchy dostaw, etos i procesy zakupowe
- Lojalni wobec marki
- Bojkotują marki, które nie zdają egzaminu z … wiarygodności

Jak angażować?
- Bądź transparentny
- Komunikuj się prosto, szczerze i przejrzyście
- Wdrażaj zrównoważone praktyki i procesy
- Bądź wyraźny i wyrażaj swoje zdanie w sprawach ważnych
- Zaoferuj coś ponad sprzedaż np. % ze sprzedaży przekaż na NG

# 11 cel

- Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi
oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu

- Miasta są ośrodkami kultury i nauki, przemysłu i produktywności oraz rozwoju społecznego, to tu także rodzą się nowe idee. Gdy miasto rozkwita, ludzie czerpią korzyści z rozwoju społecznego i ekonomicznego.

# 12 cel

- Upowszechniać wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji poprzez:
- Promowanie efektywnego zużycia energii i innych zasobów, trwałej infrastruktury, dostępu do podstawowych usług, godziwych miejsc pracy, w tym w sektorze środowiskowym oraz lepszej jakości życia
- Systematyczne podejście i współpracę podmiotów uczestniczących w całym łańcuchu dostaw (od producenta do konsumenta)
- Podjęcie działań edukacyjnych i innych dla konsumentów, mających podnieść ich świadomość na temat zrównoważonej konsumpcji oraz związanym z nią stylem życia.

# Zielony Ład Europa

# Księgarnia tworząca społeczność (klubo-kawiarnie) oraz „**tkankę miejską**”

- *Księgarnia to nie tylko książka ale też miejsce spotkań, wymiany myśli, poglądów, miejsce, które animuje lokalną społeczność, ożywia okolice i daje dobrego ducha. Książka staje się pretekstem do rozmowy lub zadumy. Każdy z nas może tam wejść i odpocząć, oderwać się od codziennej gonitwy. Takie miejsca tworzą miasto i nadają mu charakter. (Księgarnio-Kawiarnia Radio i Telewizja).*
- *Nawiązaliśmy tam przyjaźnie, których nie zniszczył czas i odległość. Urządzaliśmy przyjęcia urodzinowe. Czytaliśmy godzinami i kupiliśmy tony książek, warszawskich drobiażdżków itp. Księgarnia, poza oczywiście książkami, otwarta jest na wydarzenia kulturalne, warsztaty, rozmowy -- wnosi mnóstwo do dzielnicy (Księgarnio-Kawiarnia Radio i Telewizja).*
- *To jedyna księgarnia w Warszawie, która działa na styku przeszłości i teraźniejszości, splatając obie - łączy pamięć o historii dzielnicy Muranów (dedykując jej rozmaite projekty oraz serie książek) oraz tworzy współczesną przestrzeń, angażującą wszystkie pokolenia, aktywizuje lokalną społeczność, nie wyklucza żadnych grup, a wręcz stwarza międzypokoleniowe okazje dialogu (Księgarnio-Kawiarnia Radio i Telewizja).*

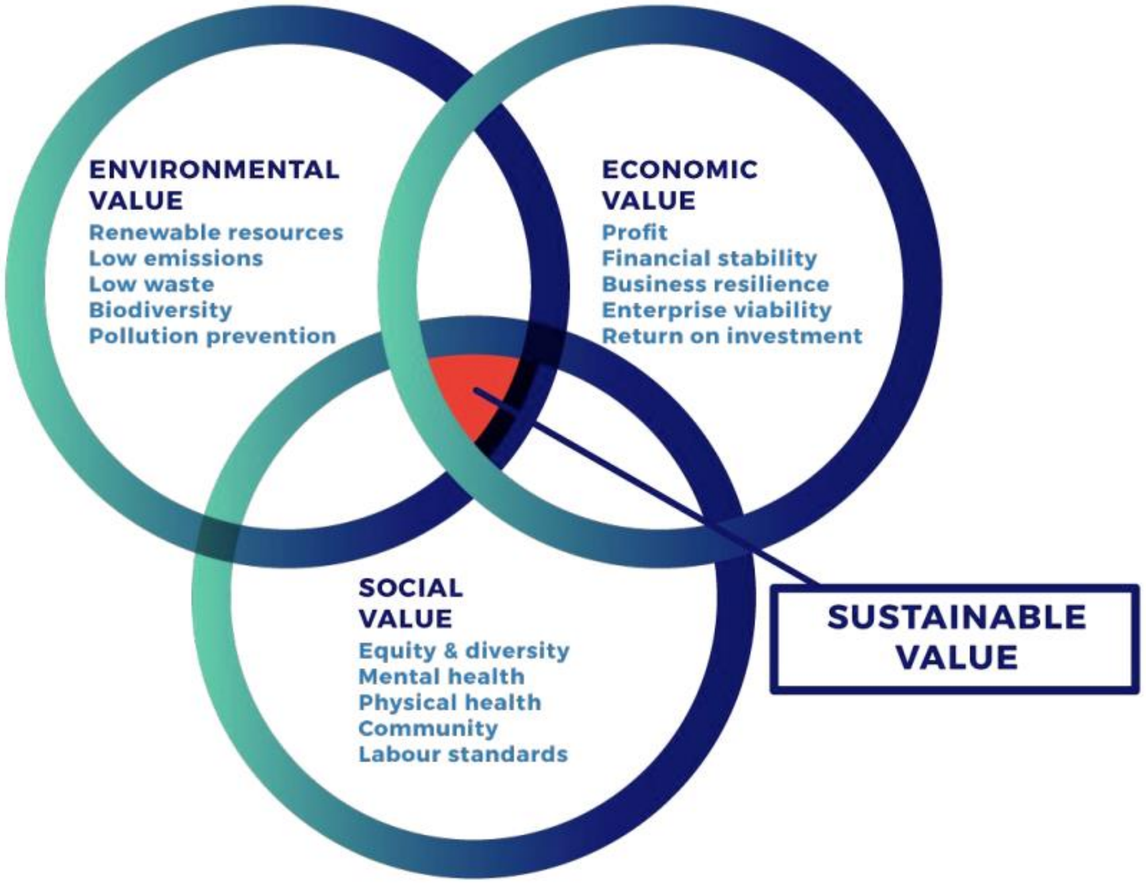
# Wyróżniki : zaangażowanie – społeczne, ekologiczne itp.

- *Bogaty harmonogram organizowanych w „Big Booku" spotkań, rozmów i wydarzeń oraz za **społeczne targi książki**.*
- *„Big Book" jest miejscem z duszą, niewiele jest tak wspaniałych miejsc na mapie Warszawy. Działa lokalnie, tworzy wartościowe treści, tworzy **wspaniały festiwal**. Wspaniałe miejsce.*
- *Księgarnia ta odznacza się przede wszystkim licznymi, interesującymi wydarzeniami organizowanym na jej terenie oraz bardzo ciekawym wystrojem. Ponadto oprócz tradycyjnej sprzedaży książek prowadzi również **księgarnię społeczną**, gdzie książki można kupić za 5, 10 lub 15 złotych. Organizowany jest również Targ z Książkami, czytelnicy przynoszą wówczas swoje lektury, których już nie potrzebuję, a w trakcie trwania Targu można przyjść i kupić te książki taniej niż tradycyjnie (Big Book Cafe)*
- *Najbardziej poruszyła mnie sytuacja, gdy staruszek kupował kilka książek i przy kasie zapytał o rabat. Okazało się, że Pani za ladą już zdążyła obniżyć cenę, zanim dziadek zapytał o zniżkę. Wzruszyło mnie to. (Antykwariat Grochowski)*

# Zrównoważony rozwój

# Zrównoważony rozwój

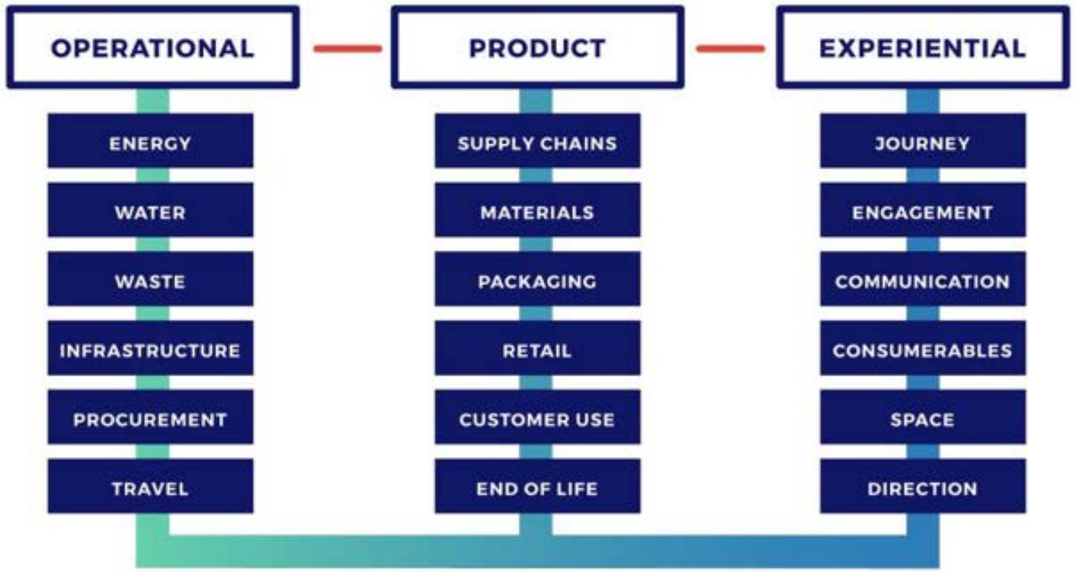
- Środowisko
- Ekonomia
- Społeczeństwo



# Zrównoważony biznes

- Działalność operacyjna
- Produkt / Usługa
- Doświadczenie CX

- Jak działamy na co dzień jako biznes?
- Jaki jest łańcuch dostaw, opakowania, żywotność i cykl życia produktu?
- Jaka jest ścieżka Klienta, komunikacja, otoczenie?



# Codzienne eko nawyki

- Wprowadź eko nawyki, które ważne są dla Twoich Klientów
- Promocja zasad l*ess waste, minimalizmu*

- Budujesz wiarygodność
- Wzmacniasz lokalne postawy
- Tworzysz historię o swojej marce, którą możesz się podzielić

# Zamawiaj mniej, nie magazynuj

- Składanie zamówień tak, aby nie magazynować książek
- Zamawiać większą ilość książek aby zmniejszyć koszty transportu - mierzyć swój ślad węglowy transportu
- Korzystać w miarę możliwości z eko transportu

- Budujesz wiarygodność i realnie zmniejszasz ślad węglowy swojej działalności

# E-commerce może być bardziej eko

Według danych z raportu „Wspólnie na rzecz Ziemi” co trzeci konsument uważa że e-commerce może być bardziej ekologiczny.

**Konsumenci za szkodliwe uznają przede wszystkim:**

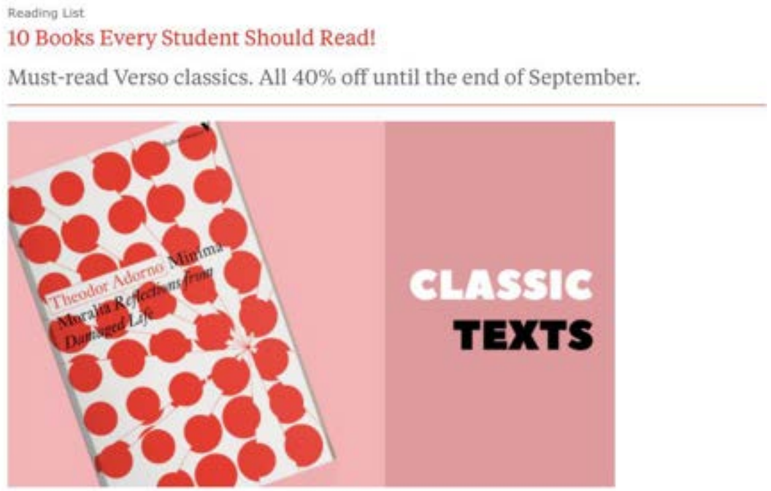
1. używanie folii do pakowania przesyłek (20%)
2. umieszczanie produktów spożywczych w woreczkach foliowych i reklamówkach (19%)
3. niedostosowanie wielkości paczki do rozmiarów towaru (18%)
4. wysyłanie produktów z tego samego miejsca „na raty”
5. możliwości odbioru przesyłki w dedykowanym punkcie nadawczo-odbiorczym lub automacie paczkowym. *W 2020 roku dostawę do punktów wybrało 60% ankietowanych*
6. zwroty

- dywersyfikacji sposobu i miejsca odbioru przesyłki
- e-sklepy mogą zadbać o opakowania wielokrotnego użytku
- ekologiczne wypełniacze
- zrezygnować z drukowanych ulotek, paragonów i faktur na rzecz ich wersji elektronicznej lub wydrukach na papierze pochodzącym z recyklingu.

PREMIERA RAPORTU:
GREEN GENERATION 2021 - WSPÓLNIE NA RZECZ ZIEMI
PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA
KATARZYNA CZUCHAJ-ŁAGÓD
DYR. ZARZĄDZAJĄCA MOBILE INSTITUTE
ZMIANY KLIMATYCZNE
RECESJA
GOOGLE EKOLOGIA
72% ONLINE
47%
PO PANDEMII BĘDĘ KUPOWAĆ RACJONALNIE
1 MAŁA ŚWIADOMOŚĆ I ZAINTERESOWANIE
30% ŚLEDZI INFO O STANIE ŚRODOWISKA
KLIMACIE
EKO? HMM...
16% MNIEJ PAPIERU?
46% UWAŻA, ŻE POLSKA TO OBSZAR ZAGROŻONY EKOLOGICZNIE
HELP!
30% LEKCJA 1 EKO PRZEDMIOT NAUCZANIA!
EEE TO NIE DLA MNIE!
MAŁO WIEMY...
• DYREKTYWA PLASTIKOWA
• PAKIET ODPADOWY
• ZERO WASTE
A CO TO NIBY JEST?
2 KTO TO WSZYSTKO ZROBI?
MARKI?
RZĄD?
KONSUMENCI
W CZASIE PANDEMII ZAUWAŻYŁEM WIĘCEJ EKO!
19%
79% → NA CO DZIEŃ DZIAŁANIA PRO EKO
TO MA ZWIĄZEK OSZCZĘDZANIEM
3 NAWYKI TO DRUGA NATURA
62%
ŻYCIE EKO JEST TRUDNE
JAK ŻYĆ BEZ MIĘSA?
EKO TO DROGO
48%
EKO
ZAPOWIADAŁ...
FOLIA
4 POKOLENIE GREEN
WYPADAM SŁABO...
POKOLENIE Z
PONAD 2000 OSÓB!
ONI SĄ W TYM NAJLEPSI!
SILVERS
MŁODE
TO DLA DZIECI!
5 GREEN ZAKUPY
PO CO TA FOLIA?
19% DOPŁACĘ ZA EKO PRZESYŁKĘ
85% ZAUWAŻA NIE EKO PRAKTYKI FIRM! W E-COMMERCE
ZA WIELKI KARTON!
PRZESYŁKA
TO TOTALNIE ZŁE!
WYPEŁNIACZE
FOLIA
36% ZWROTY SĄ NIE EKO
31% CHĘTNIEJ MARKO PROEKO!

# Doradzaj

- Selekcja książek i tworzenie list pomaga w podejmowaniu świadomych zakupów
- Pomagaj w wyborze
- Rozmawiaj (!) online i offline
- W wyborach książek sięgamy po rekomendacje przyjaciół, innych oraz ulubionego księgarza



- Buduj zaufanie z Odbiorcami
- Poznawaj potrzeby
- Sprzedawaj świadomie
- Angażuj się i edukuj

# Promuj zamówienia na żądanie

- Ponad połowa badanych w badaniu Green Generation 2.0. przyznaje, że lubi kupować i posiadać nowe rzeczy
- Ułatwiaj świadome zakupy zachęcając do budowania listy zakupów
- 37% respondentów jest zdania, że ich podejście do ekologii ma wpływ na bardziej świadome decyzje zakupowe

- Ograniczasz zamówienia na magazyn a przez to ślad węglowy
- Pomagasz Klientom w podejmowaniu świadomych wyborów konsumenckich
- Budujesz interakcje
- Poznajesz potrzeby Klientów a przez to lojalizujesz z miejscem

# Dostosuj ofertę

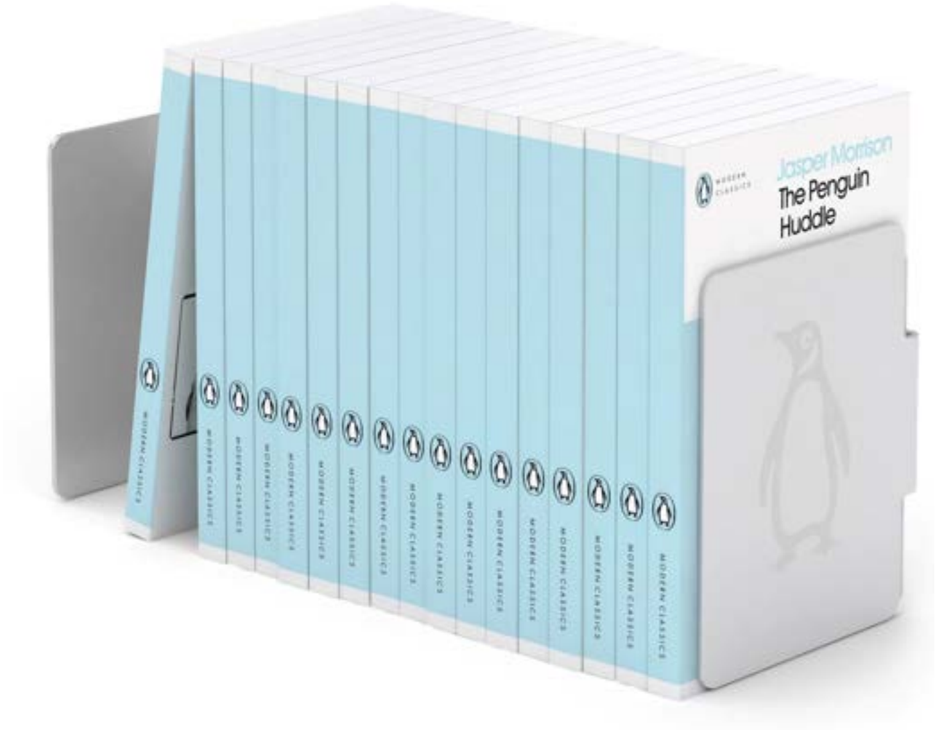
- Zwracaj uwagę na książki drukowane na certyfikowanych papierach
- Książki produkowane w małych nakładach, w systemie POD
- Promuj książki w miękkiej okładce

- Komunikuj swoje wybory, bądź transparentny
- Edukuj swoich odbiorców
- Proś wydawnictwa o mierzenie śladu węglowego;)

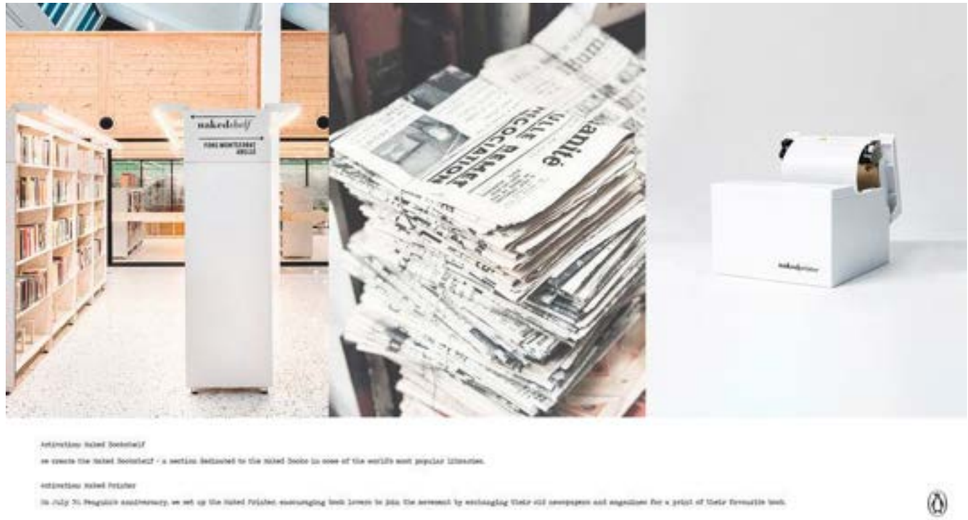
# Ekspozycja eko książek i wydawnictw

- Wyróżnij w sklepie te książki i wydawnictwa , które są szczególnie zrównoważone poprzez wydzielenie miejsca i ciekawą ekspozycję
- Umożliwiaj wyszukiwania w e-sklepach produktów posiadających certyfikaty ekologiczne

- Ułatwiaj wybory
- Poznawaj swoich Klientów



# Promuj zrównoważone wydawnictwa



# Zamów online odbierz w sklepie

- Sprzedając online zapewnij możliwość wyboru pomiędzy kurierem a opcją odbioru w księgarni, w paczkomacie lub innym dedykowanym miejscu

- Bądź punktem odbioru innych produktów wybranego partnera np. współpraca międzymiastowa
- Jeśli to możliwe wybieraj eco transport
- Bądź punktem odbioru dla partnerskich wydawnictw

# Eko opakowania

- 1/3 internautów w badaniu Green Generation 2.0 chciałaby skorzystać z możliwości wyboru ekologicznego opakowania za dopłatą, natomiast 33% jest gotowych na wielorazowe opakowania, które należałoby zwrócić we wskazanym miejscu
- Wśród zielonych pomysłów docenili opcję zapakowania przesyłek bez użycia folii i plastiku (ocena 4,39 w skali 1-6) i są skłonni zapłacić za taką usługę
- 61% millenialsów deklaruje, że byliby gotowi zapłacić więcej za dany produkt, jeśli tylko opakowanie, w którym się on znajduje, będzie bezpieczne dla środowiska

- Wzmacniasz postawy ekologiczne i przy okazji edukujesz

# Eko przyjazne dostawy

- Wśród zielonych pomysłów docenili możliwość dostawy przy pomocy samochodów elektrycznych (4,21) choć ta liczba spada o 2 p.p

© CanStockPhoto.com - csp57068688

# Zwroty za dopłatą

manduka

YOGA MATS CLOTHING TOWELS & EQUIPMENT SALE GUIDANCE SEARCH... 0

## NO FREE RETURNS?

Yes, that's right. Manduka Europe consciously does NOT offer Free Returns?

"WHY?" You Ask

Manduka consistently strives to be a better, stronger, kinder company and be more conscious of our actions and our global impact. We therefore do not offer free returns.

Our reason is simple. We ask our valued customers to place their orders consciously. We want you to buy the right item to help minimize environmental impact of today's unconscious Buy and Return Shopping. We have fantastic partners all across Europe and we would prefer that you experience the product in your hands and receive expert guidance from the stores. Ensuring you buy the right product, the first time. If you are unable to find a local studio or store and you are still undecided, we would like to suggest either checking out our guide to what's important in a Manduka Yoga Mat or contacting us by giving us a call or email. We are more than happy to give you our technical support to ensure you are getting the right product.

# Angażuj się i edukuj

Global Compact Network Poland

Młodzieżowy Strajk Klimatyczny

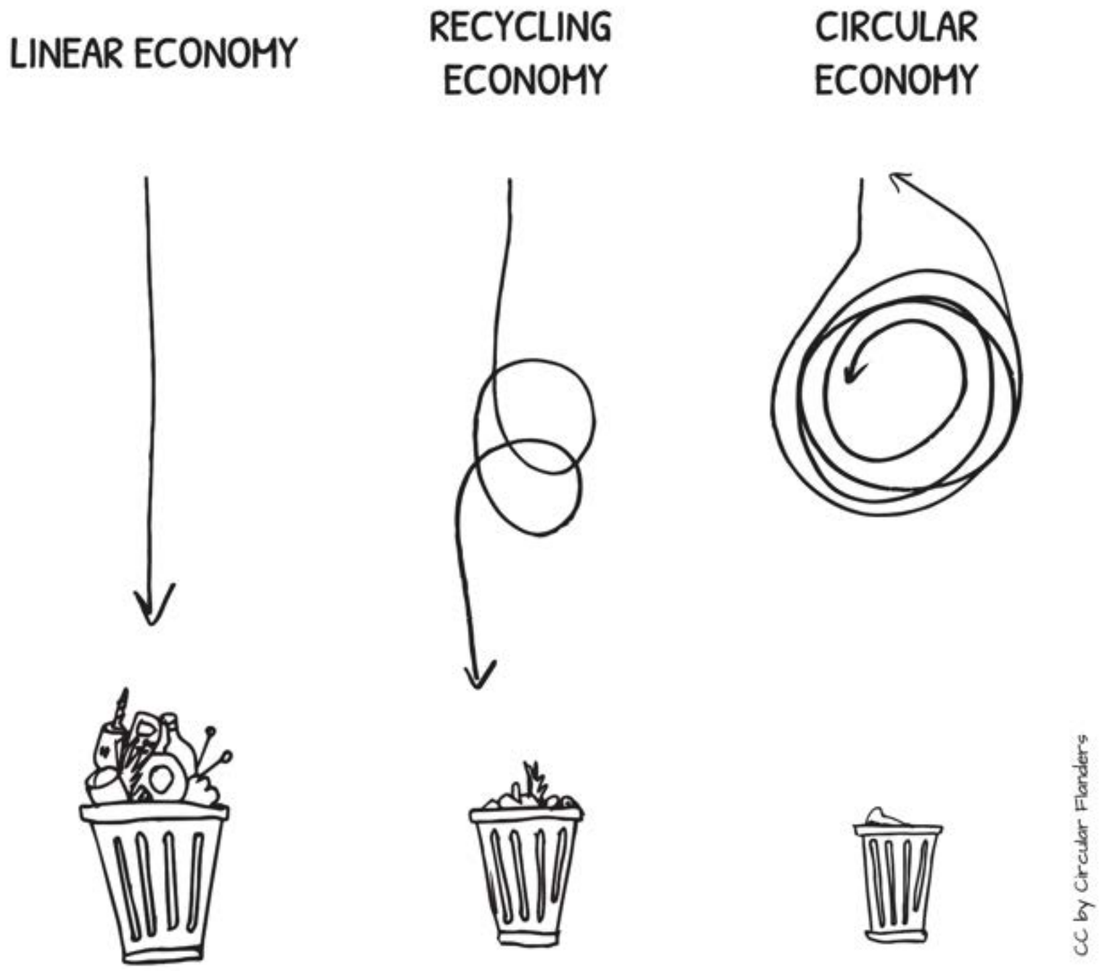
Polski Klub Ekologiczny

WWF

IKEA

onet

# Od gospodarki linearnej do cyrkularnej



# Gospodarka obiegu zamkniętego 4xR

4filary

- ***reduce*** – zredukuj
- ***reuse*** – wykorzystaj ponownie
- ***repair*** - napraw
- ***recycle*** – przetwórz

Jak organizacja tworzy, oferuje i dostarcza wartości szerszemu gronu interesariuszy, jednocześnie minimalizując koszty ekologiczne i społeczne?

# Przykład zrównoważonego biznesu

- Ochrona środowisko wpisana w misję firmy
- 1% z przychodów przekazane na działania proekologiczne
- Budynki w standardzie LEED
- Program recyklingu odzieży 'Common Threads'

# Black Friday & Cyber Monday

- 'Zbiórka na rzecz ziemi' 2020 rok
- Przewidywana kwota 2 mln $

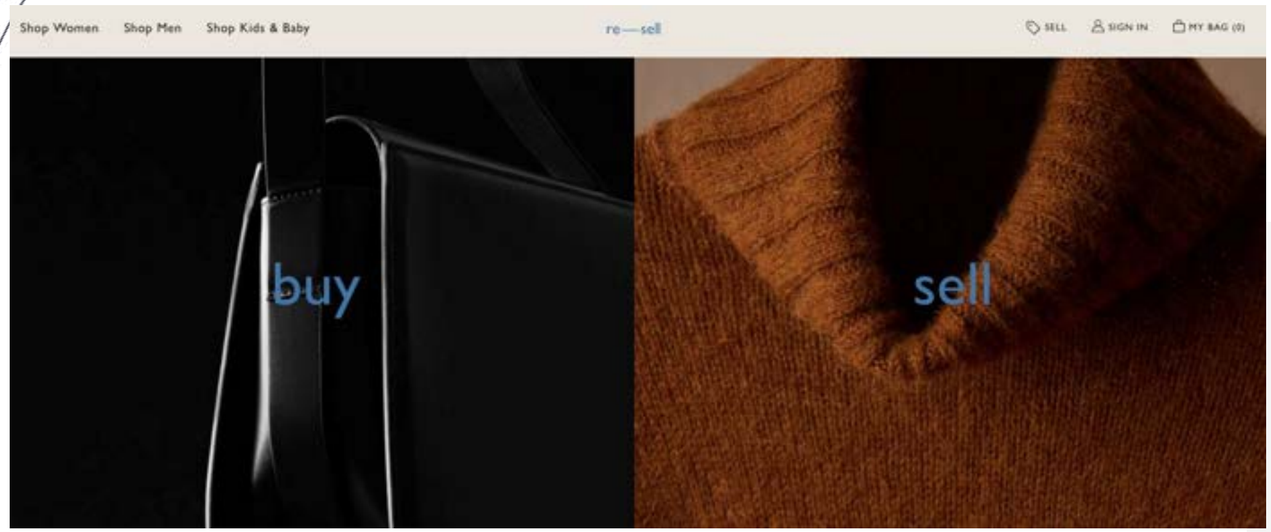
# Program recyclingu

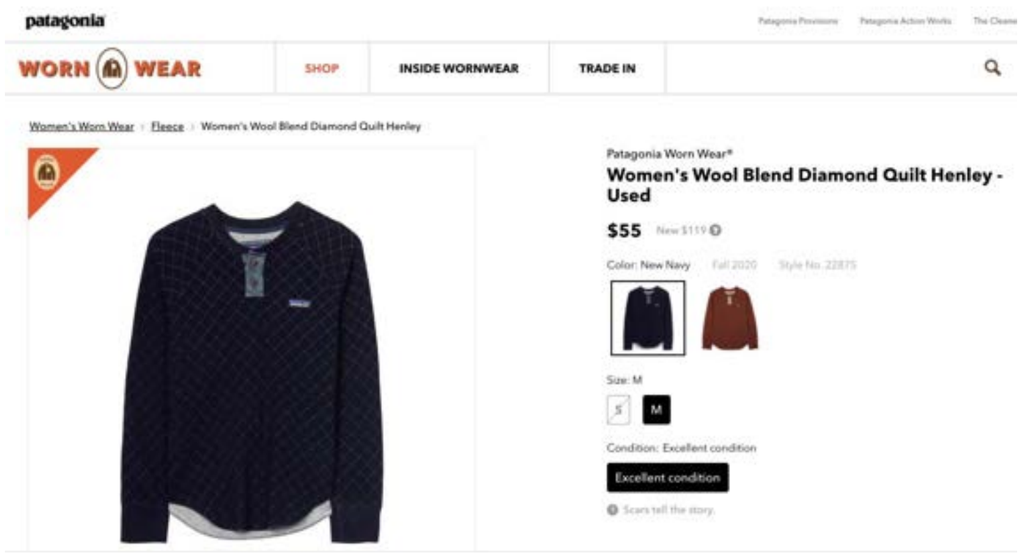
- 2011 rok program recyclingu ubrań marki Patagonia
- 45 ton odzieży do recyklingu z czego przetworzono 34 tony na nowe ubrania

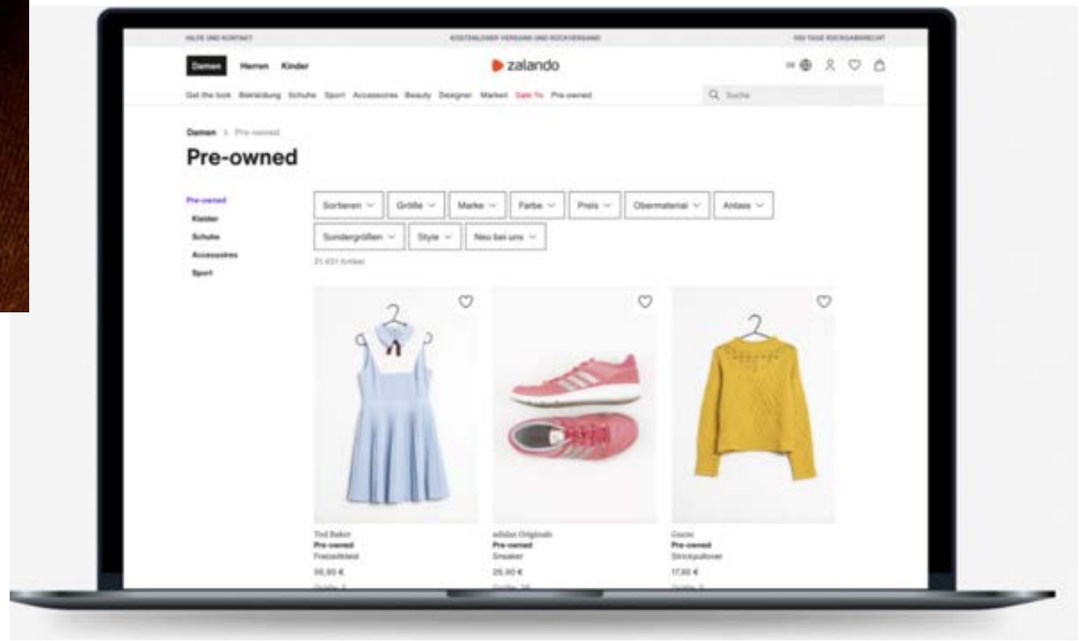
# Nie kupuj, napraw

- W ramach inicjatywy naprawiono ponad 30 000 przedmiotów w ciągu 18 miesięcy
- Sprzedaż wzrosła o 30% do 540 milionów dolarów w następnym roku

# Sprzedawaj używane



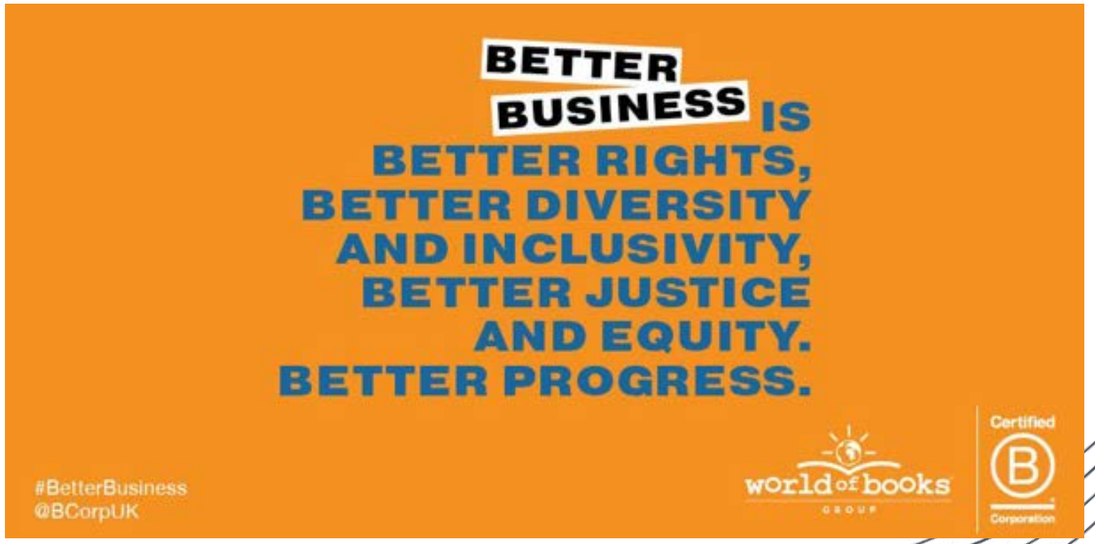




Sustainablity

# Działaj aktywnie

- Umożliwienie wymian książek
- Zbiórka używanych książek
- Księgarnie miejscem kultury i spotkań
- Bądź organizacją B Corp



# Usługa buy-back Ikea

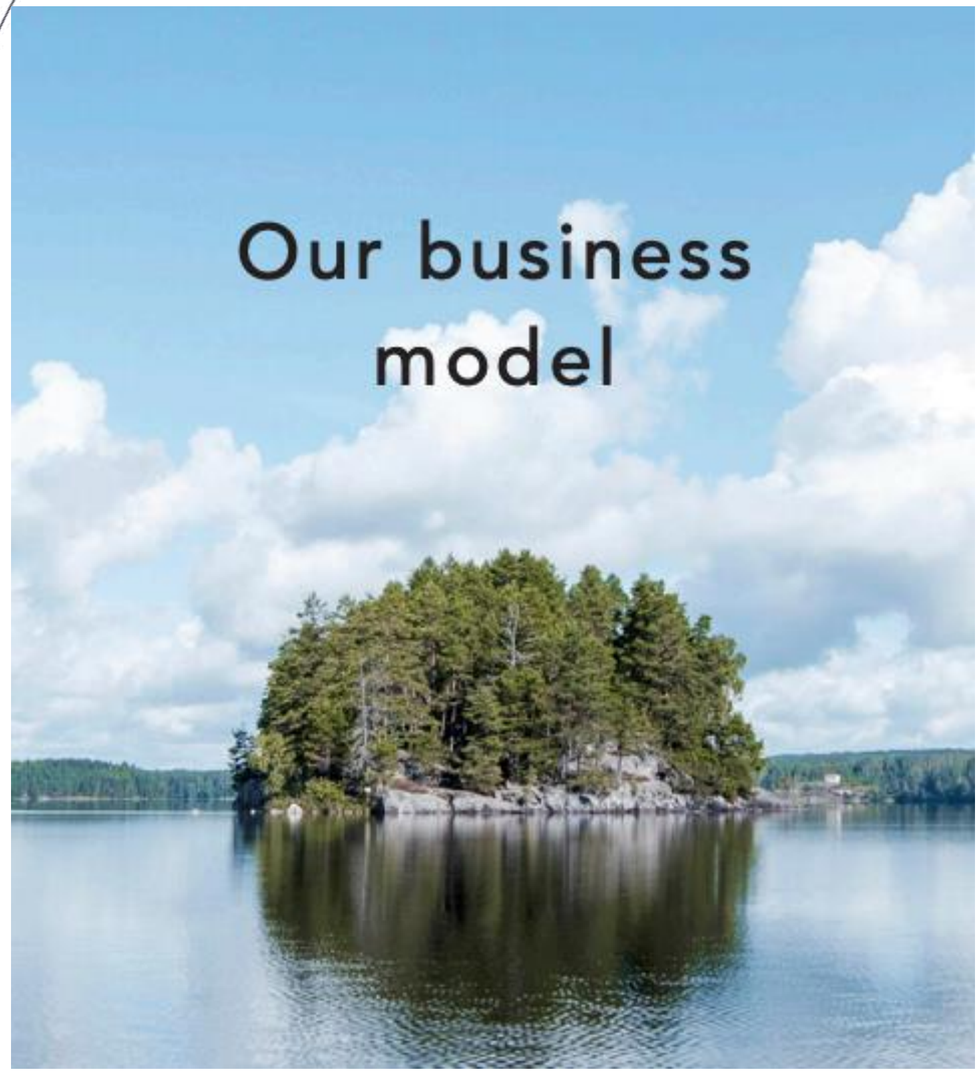
# Produkt jako usługa

# Podsumujmy

- Zastanów się w jakim stopniu jesteś już dzisiaj zrównoważony?
- Jakie praktyki możesz zacząć wprowadzać, aby być bardziej zrównoważonym?
- Jaką strategię cyrkularności chciałabyś wprowadzić?
- Jaką zrównoważoną ofertę możesz zaproponować?
- Jak możesz edukować i wzmacniać świadome postawy konsumentów i włączać społeczność lokalną?

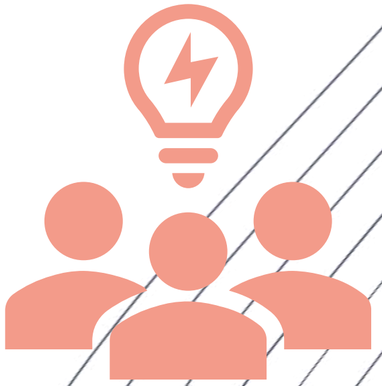
- Czy warto? TAK! Twoi Klienci w to wierzą

# Bądź transparenty



# Zrównoważona księgarnia

# Design Thinking Jam



- Burza mózgów
- Selekcja
- Prototyp
- Test

LINK W CZACIE

SZKOLENIE 2021

# Księgarnia miejscem kultury
# Dzień 2, 19.06.2021

# Agenda

***DZIEŃ 1***

1. *Intro*
2. *Trendy*
3. *Marketing w czasie rzeczywistym*
4. *Zrównoważona księgarnia*
5. *Warsztat*

**DZIEŃ 2**

1. Jak tworzyć przestrzeń przyjazną instagramowi i zachęcać użytkowników do dzielenia się
2. Zaplanuj kampanię

# Instagrammable

Jak Twoja księgarnia może być przyjazna instagramowi czyli jak zachecić użytkowników do dzielenia się i promowania Twojej księgarni na instagramie?

# Hybrydowy świat

- Wiele osób skorzystało w usług cyfrowych po raz pierwszy
- I nie wróci już w pełni to przyzwyczajeń sprzed pandemii
- Granica między światem online i offline jeszcze bardziej się zatarła (omni-channel)

**Szanse dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientami tam gdzie, kiedy i jak chcą
- Łączenie kanałów i przenoszenie doświadczeń z online do offline (i odwrotnie)

# Przykładowa ścieżka klienta,

Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

Przeglądam instagrama w sobotni poranek. Włącza się na live przegląd książek kulinarnych w wykonaniu Karoliny Biednarz (wyd. Tajfun) z cyklu przegląd 'książek kulinarnych'. Przygotowuję listę prezentów świątecznych. Pytania na live kierowały moją uwagę na kilka ciekawych pozycji.

Zapisałam kilka pozycji. Skonsultowałam z przyjaciółką, którą kupić w prezencie dla przyjaciela 'Słodkiego Kuby'

Sprawdzam cenę na stronie, sprawdziłam dostępność oraz odbiór osobisty w księgarni jako 'książka na wynos' oraz wysyłkę po adres w Krakowie.

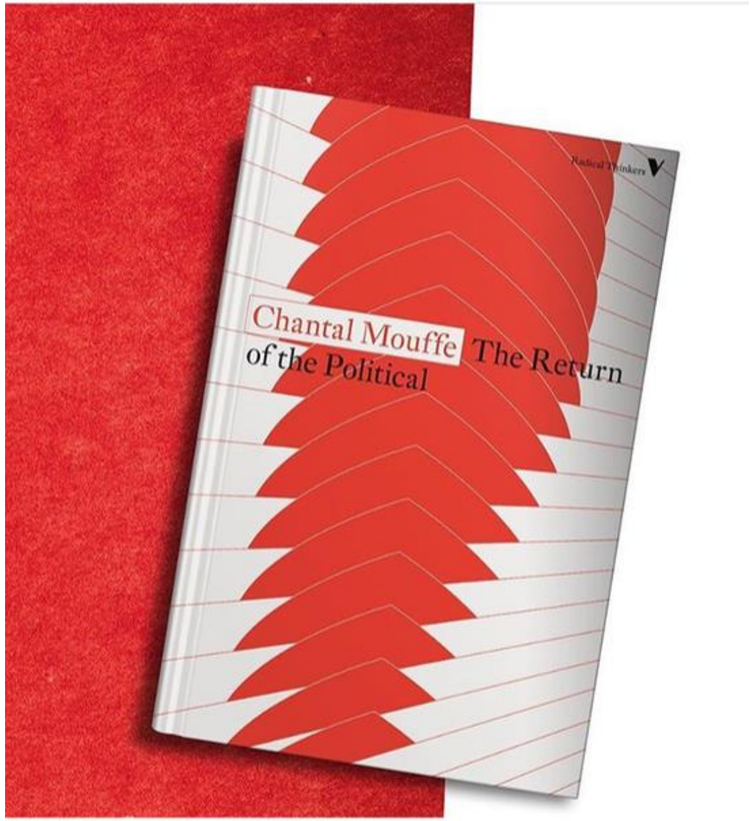
Udałam się do sklepu do po książkę 'Kinn" za 135 zł'. Na witrynie zobaczyłam 'Indie Cookbook'. Ksiągarz zaprezentowała mi książkę i choć była droższa, zdecydowałam się na zakup. Po rozmowie z 'Tajfuniątkiem' kupiłam dodatkowo kilka pozostałych pozycji

Radość, że już w listopadzie miałam kupione prezenty świąteczne z 5% rabatem. Podarowałam sobie ksiażkę o japoskim designie. Przygotowałam dodatkowo listę książek, po które wrócę w styczniu lub otrzymam pod choinkę ;) z moją nową książką zrobiłam insta stories

Przybliża do ludzi oraz do rzeczy, które ludzie kochają

©Instagram

versobooks




ksiegarnia.karakter · Following
Księgarnia Karakter

theschooloflifelondon

PLAYZostanWDomu LTE 15:15

Instagram

**190 likes**

**wydawnictwoczarne** Dziś 79. urodziny obchodzi Bob Dylan - wybitny poeta, kompozytor, muzyk, autor tekstów, laureat Nagrody Nobla. Z tej okazji gorąco polecamy jego „Kroniki", które ukazały się w Serii Amerykańskiej w przekładzie Marcina Szustera. Koniecznie do czytania przy akompaniamencie jednym z jego albumów!

książka która rozbudziła Twoją kreatywność
Polubienia: 124
pretacreate Dzisiaj jest taki poniedziałek, że trzeba włożyć dużo trudu aby się jakoś rozbudzić
Zróbmy sobie małą przerwę od pracy i podzielmy się

#wydawniczywt 58t
Z trybu tworzenia
Tak bardzo spodobał się Wam #chińskiczwartek, że ruszamy z kolejnym cyklem i już za dwa dni zapraszamy Was na #wydawniczywtorek
Pytajcie o proces wydawniczy, o to, jak dobieramy książki, jak wygląda praca nad tekstem i tak dalej...
#wydawniczywtorek
Napisz coś...

ICH SIŁA
MEG WOLITZER
Lubi to traveliciouspl i 281 innych użytkowników
elementzenski KONKURS Po lekturze świetnej „Żony" Meg Wolitzer nie miałyśmy wątpliwości wobec objęcia matronatem kolejnej powieści... więcej

Instagram

theschooloflifelondon

There's a benign kind of regression activated by certain foods in which we reconnect with what was lovely and good about our early years. We are back in touch with our warm readiness to be loved; our enthusiasm for simple things; our sense of trust and admiration; our hopefulness.

Homemade Fish Fingers | 30 Minutes | Serves 4

Instagram

theschooloflifelondon

INGREDIENTS:

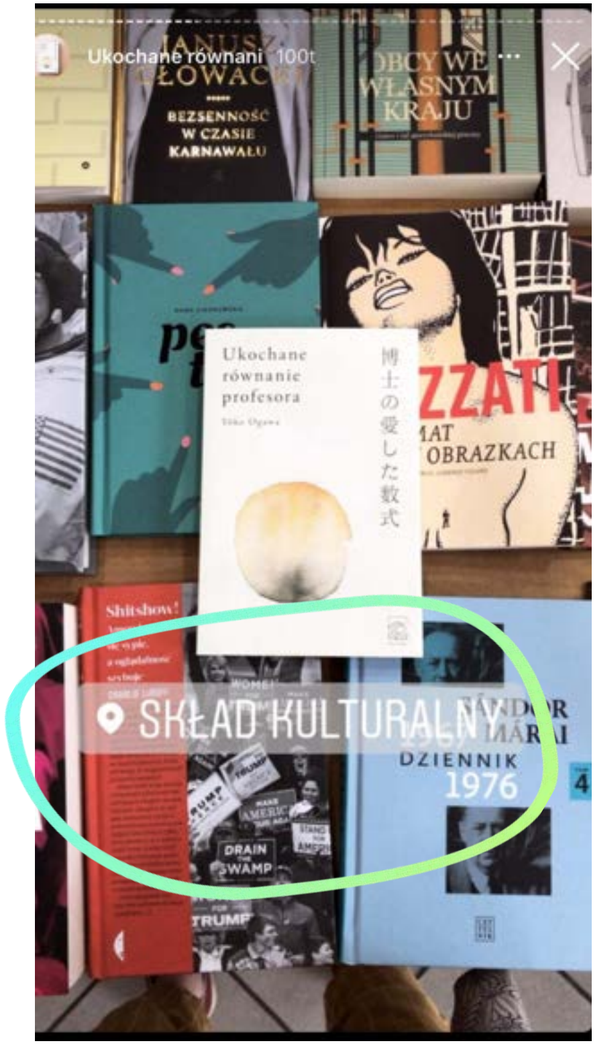
- 1 egg
- 100 g | 4 oz panko breadcrumbs
- 1 tbsp light olive oil
- 400 g | 14 oz skinless and boneless white fish, such as haddock
- salt and freshly ground black pepper

Homemade Fish Fingers | 30 Minutes | Serves 4

Instagram

theschooloflifelondon

# Odwołania @


Ukochane równani 100t
Ukochane
równanie
profesora
博士の愛した数式
SKŁAD KULTURALNY

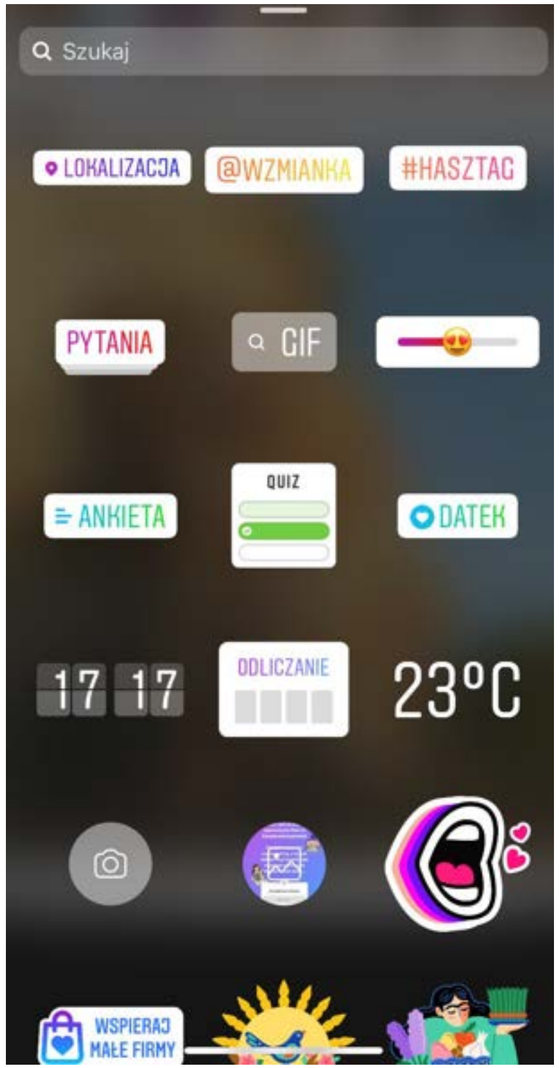
Ukochane równani 65t
miesiecznik_znak
@tajfuny
Ukochane
równanie
profesora
博士の愛した数式
Ukochane równanie profesora,
Yoko Ogawa
Bestseller wydawnictwa Tajfuny. Nic dziwnego! To kojąca lektura, lekka, ale nie płytka, przepełniona optymizmem, ale nie naiwnością. Japońska opowieść o pamięci,
A na dobranoc taki wieczorny wzrusz - poleca nas @miesiecznik_znak ❤️

Ukochane równani 100t
kubarundstuk
@tajfuny

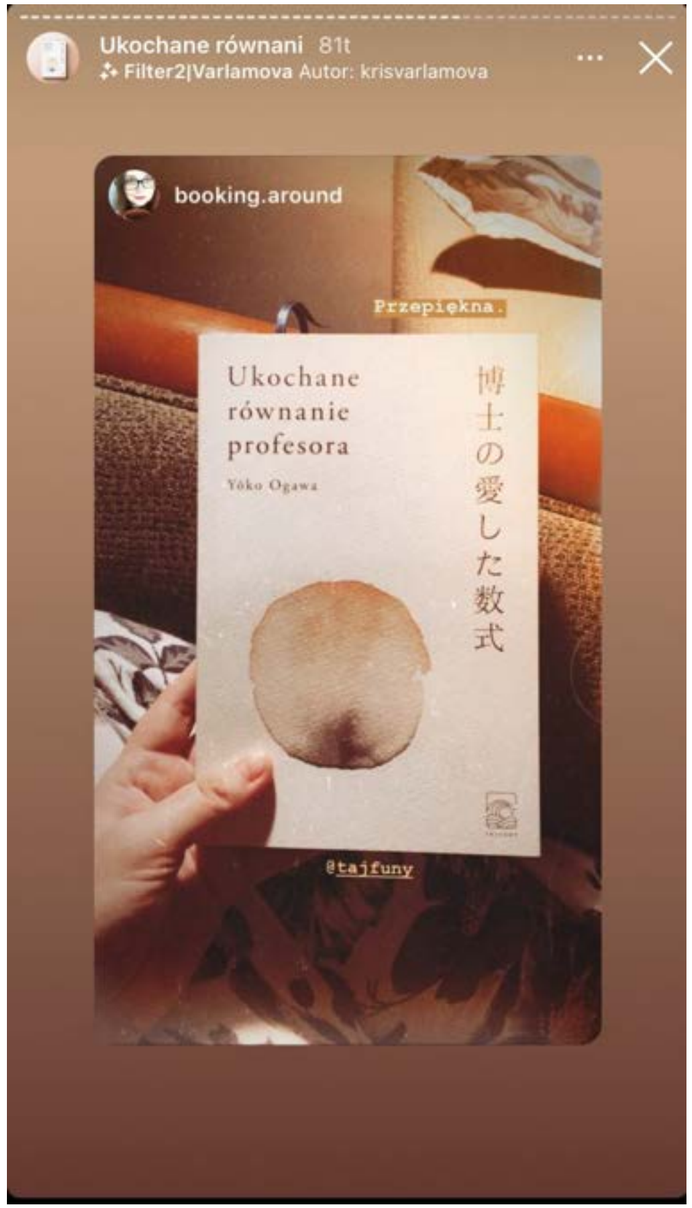
# Quizy

thefitnesschef_ 23h
Predictions for the big one?
ENGLAND
SCOTLAND
@ninanesbitt you're not allowed to predict after last time

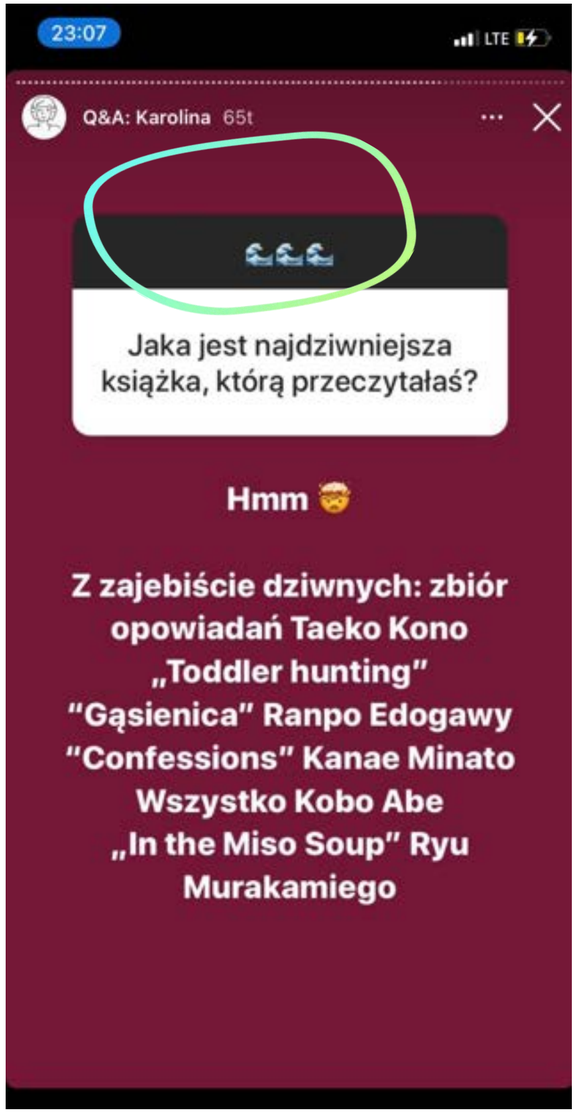
lastbookstorela
Nowe posty
1/2
TAK
NIE


Szukaj
LOKALIZACJA
@WZMIANKA
#HASZTAG
PYTANIA
GIF
ANKIETA
QUIZ
DATEK
17 17
ODLICZANIE
23°C
WSPIERAJ MAŁE FIRMY

# Opinie i recenzje



# Emotikonki


23:07
LTE
Q&A: Karolina 65t
Jaka jest najdziwniejsza książka, którą przeczytałaś?
Hmm
Z zajebiście dziwnych: zbiór opowiadań Taeko Kono
„Toddler hunting"
"Gąsienica" Ranpo Edogawy
"Confessions" Kanae Minato
Wszystko Kobo Abe
„In the Miso Soup" Ryu Murakamiego

Q&A: Karolina 78t
Boomerang Autor: instagram
Lekko zaspana szefowa z chęcią Wam coś doradzi
Tajfunowe Elfy, doradźcie coś proszę
Napisz coś...

Q&A: Karolina 65t
Książki do których zawsze chętnie będziesz wracać
Moja najukochańsza książka historyczna, czytałam ją x razy i ciągle wyłapuję ciekawe wątki John Dower - Embracing defeat
JOHN DOWER
Embracing Defeat
Japan in the Aftermath of World War
£3 off

# Instagrammable

- To przemiot, miejsce, wydarzenie, które stają się na tyle atrakcyjne dla Odbiorców, aby zrobić zdjęcie/film i umieścić na Instagramie

**Szansa dla biznesu:**

Twoi Odbiorcy z własnej woli przenoszą informacje z offline do onlinu, co dla marki stanowi darmowy marketing szeptany, szansa na zwiększanie zasięgów oraz zangażowanie Twoich obiorców

# Co mówią badania o Czytelnikach 2020?

- Kobiety czytają częściej i sięgają, po więcej książek niż mężczyźni 51% do 33%
- 31% Polaków pozyskuje Książki z księgarni stacjonarnej
- Książka pozwala oderwać się od codzienności, uciec od zgiełku i odprężyć się 94%
- Średnio miesięcznie Polacy czytają 4-8 książek 17%, 2-4 książki 27%
- **W wyborze książek kierują się własnymi zainteresowaniami (91%) oraz rekomendacjami innych czytelników (52%)**
- **Po przeczytaniu książki zawsze z kimś o niej rozmawiają 86%**
- **Rozmawiają najczęściej z przyjaciółmi, znajomymi i rodziną oraz w internecie (media społecznościowe, portale i fora internetowe oraz kluby dyskusyjne)**

# Opinie i recenzje

**2020**

lubimyczytać.pl
**w liczbach**

414 **Książek pod patronatem lubimyczytać.pl**

GDYBY USTAWIĆ JE JEDNA NA DRUGIEJ, SIĘGNĘŁYBY 4. PIĘTRA!

Książki oznaczone jako „Przeczytane":

**3,5 mln**

TO ZNACZY, ŻE DODAWALIŚCIE NA PÓŁKĘ „PRZECZYTANE" 7 KSIĄŻEK NA MINUTĘ!

**Wystawione oceny:**

2,5 mln

TO ZNACZY, ŻE W KAŻDEJ MINUCIE OCENIALIŚCIE 5 KSIĄŻEK!

Prawie **400 tys.** nowych opinii do książek!

TO TAK, JAKBYŚCIE NAPISALI 680 ŚREDNIEJ OBJĘTOŚCI KSIĄŻEK :)

**Wydarzenia**

- Plebiscyt na Książkę Roku 2019
- Dwie edycje Book Targu
- 67 spotkań autorskich

**Treści redakcyjne**

135 WYWIADÓW

838 AKTUALNOŚCI

479 RECENZJI

125 TEKSTÓW PUBLICYSTYCZNYCH

**Największy serwis książkowy w Polsce**

3,5 mln

**użytkowników miesięcznie,** którzy: przeczytali już prawie **33 mln książek,** wystawili ponad **24 mln ocen** i zamieścili **2,6 mln opinii**

# Rankingi i oceny

## Best for Book Clubs

Best books to read for a great book club discussion. Suggest books that your group has read that led to a lively discussion, whether people loved or hated them.

All Votes | Add Books To This List

1 **The Help**
by Kathryn Stockett (Goodreads Author)
4.46 avg rating — 2,294,130 ratings
score: 217,291, and 2,217 people voted
Want to Read
Rate this book

2 **The Kite Runner**
by Khaled Hosseini (Goodreads Author)
4.31 avg rating — 2,573,858 ratings
score: 164,966, and 1,683 people voted
Want to Read
Rate this book

3 **Water for Elephants**
by Sara Gruen (Goodreads Author)
4.09 avg rating — 1,439,833 ratings
score: 160,895, and 1,646 people voted
Want to Read
Rate this book

4 **The Book Thief**
by Markus Zusak (Goodreads Author)
4.38 avg rating — 1,979,098 ratings
score: 129,485, and 1,329 people voted
Want to Read
Rate this book

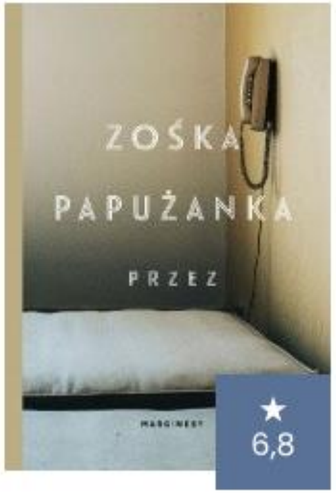
5 **To Kill a Mockingbird**
by Harper Lee
4.28 avg rating — 4,825,197 ratings
score: 117,307, and 1,221 people voted
Want to Read
Rate this book

6 **The Time Traveler's Wife**
by Audrey Niffenegger (Goodreads Author)
3.98 avg rating — 1,632,667 ratings
score: 98,403, and 1,014 people voted
Want to Read
Rate this book

## KSIĄŻKI AUTORA

WIĘCEJ

Kąkol
Zośka Papużanka




Przez
Zośka Papużanka

Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

# Listy najlepszych książek

AKTUALNOŚCI

## WYBIERZ KSIĄŻKĘ NA MAJÓWKĘ – NAJLEPSZE TYTUŁY NA DŁUGI WEEKEND

*Opublikowano dnia: 25 kwietnia 2019*

Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

**Listopia > Best Book Lists**

Best Books Ever
50,631 books — 198,484 voters

Best Books of the 20th Century
7,527 books — 49,198 voters

Best Books of the Decade: 2000s
6,765 books — 28,163 voters

Best Historical Fiction
6,335 books — 25,444 voters

The Best Epic Fantasy (fiction)
3,298 books — 23,935 voters

Best Books of the 21st Century
8,727 books — 20,951 voters

# Listy listy listy… rekomendacje

- Listy, listy, listy….

## Listening and Learning

Never too young to start ...
**7 Books** | by Cam Nguyen

Books to Learn About Ma...
**8 Books** | by Likewise

A White Person's Ongoin...
**20 Books** | by Jackie Davidson

Show more

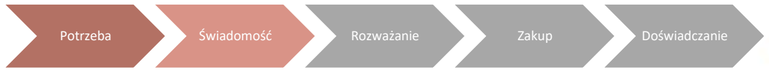
## Book Indoor Entertainment Guide

Books to Transport You t...
**31 Books** | by Likewise

Staycation Reads to Kee...
**50 Books** | by Likewise

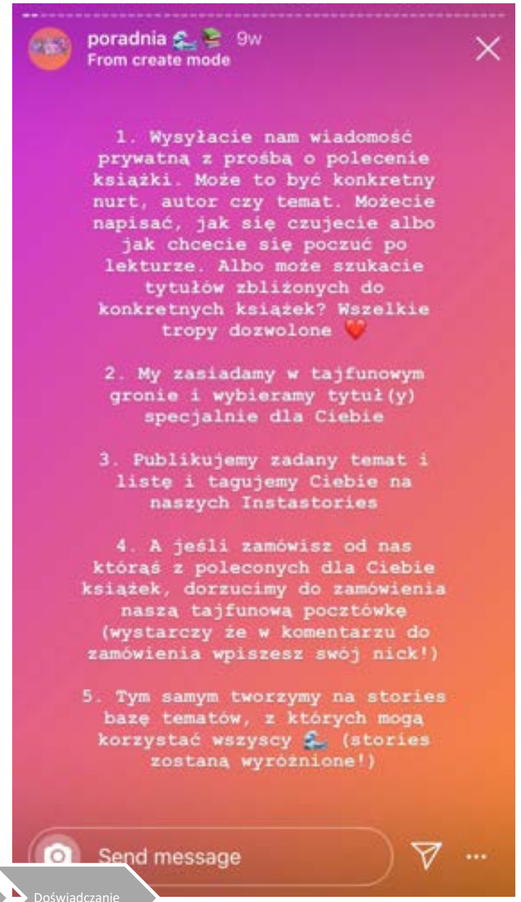
It's the Perfect Time to Cr...
**25 Books** | by Likewise

See more lists



# Co czyta księgarz i inni czytelnicy?

- Księgarz poleca! #tajfunowaporadniaksiazkowa



Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

# Co czytają sławne osoby

Bill Gates poleca, a my to mamy

GREAT ESCAPES

## 5 summer books and other things to do at home

Whether you're looking for a distraction or just spending a lot more time at home, you can't beat reading a book.

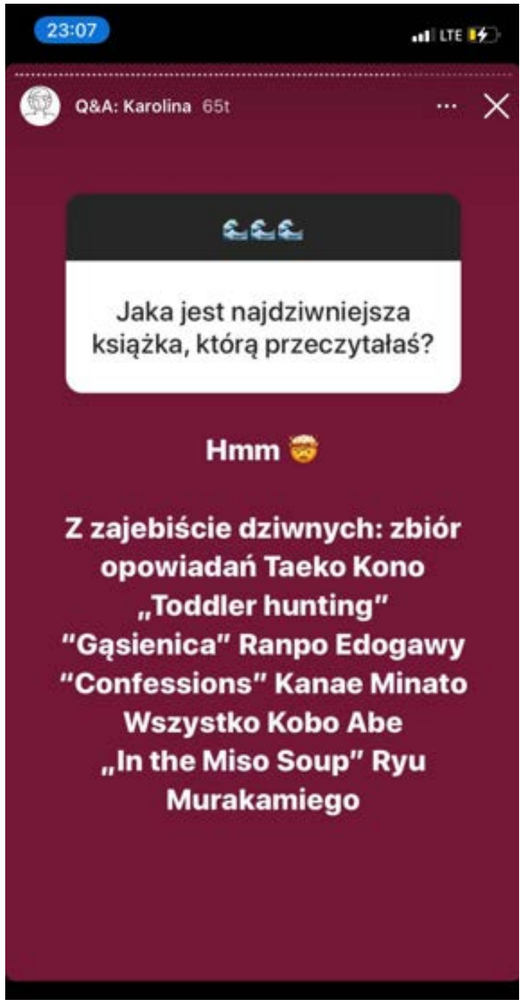
By **Bill Gates** | May 18, 2020 • 6 minute read

906

Most of my conversations and meetings these days are about COVID-19 and how we can stem the tide. But I'm also often asked about what I am reading and watching—either because people want to learn more about pandemics, or because they are looking for a distraction. I'm always happy to talk about great books and TV shows (and to hear what other people are

Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

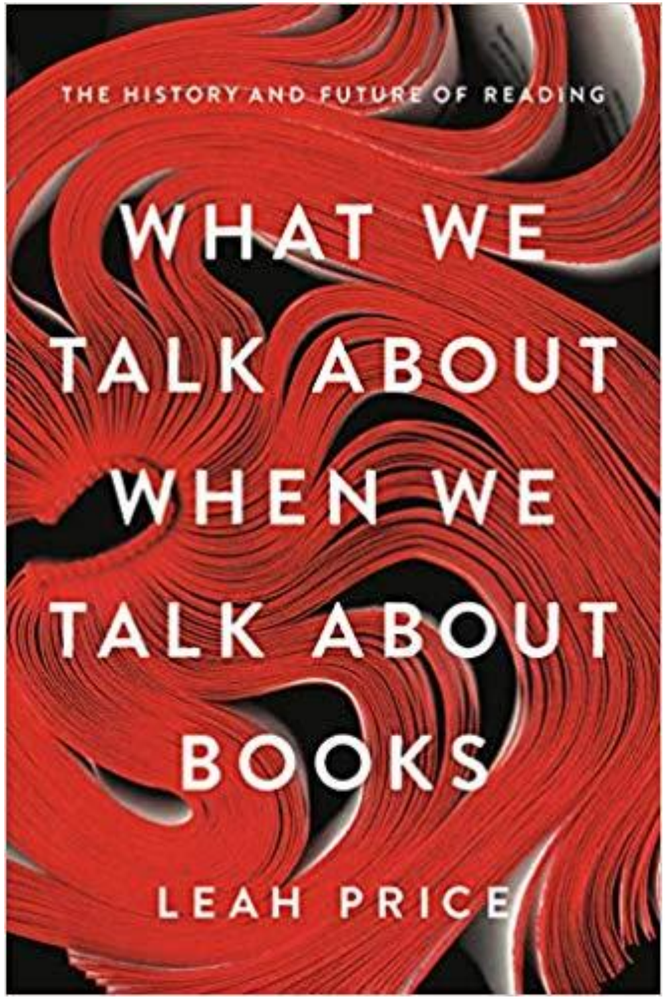
# Co czyta księgarz?



Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

# Prawda konsumencka (insight)

- Ludzie lubią czytać książki. Rozmawiają o przeczytanych książkach i dzielą się opiniami najczęściej z rodziną i przyjaciółmi. Piszą również opinie i oceniają w internecie. Przy wyborze książek kierują się swoimi zainteresowaniami oraz przeczytanymi i zasłyszamymi recenzjami, opiniami i poleceniami zarówno bliskich oraz innych czytelników. Książki budują więzi między ludźmi.



# Jak moglibyśmy ...?

- **sprawić aby nasi Odbiorcy dzielili się informacjami i promowali Waszą księgarnię?**

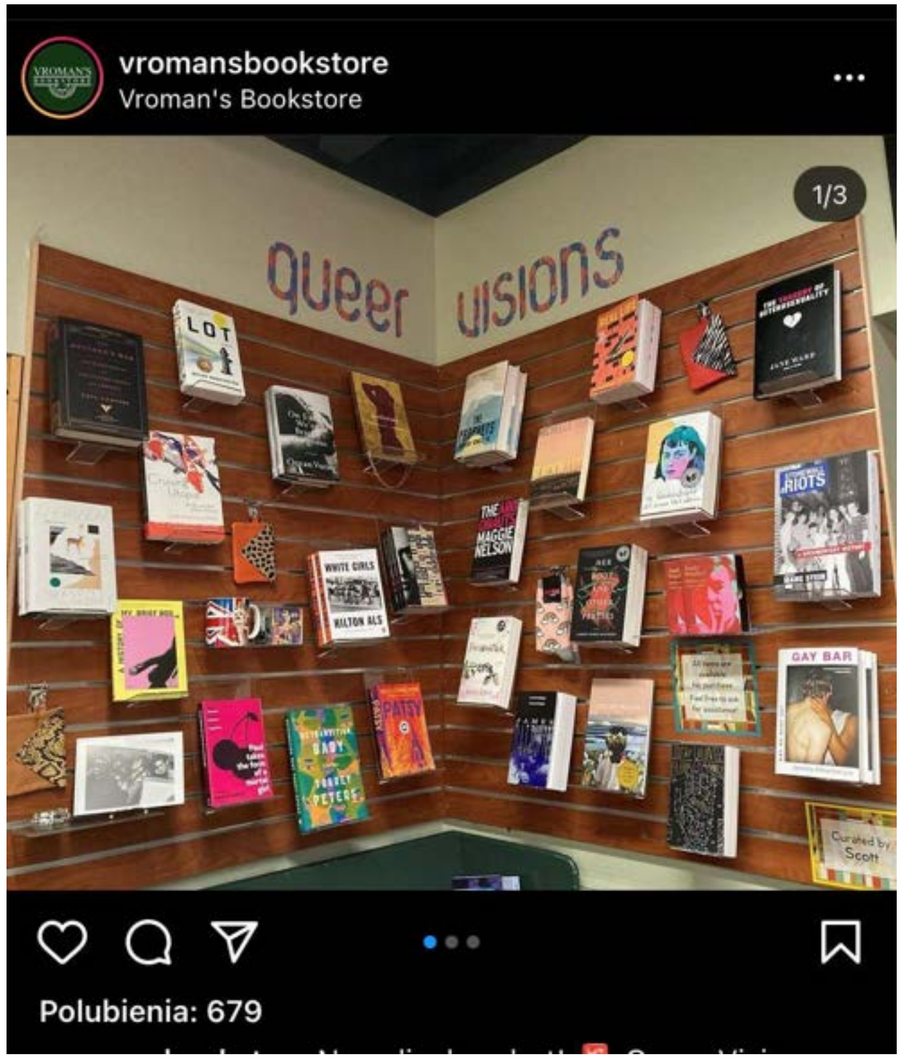
# Ekspozycja książki

Read more →

Greetings from Javier Jaén Studio

We are very pleased to announce the launch of our latest book on the work of Javier Jaén.The visual language of Javier Jaén is a symbolic and playf...

# Ściana tematyczna

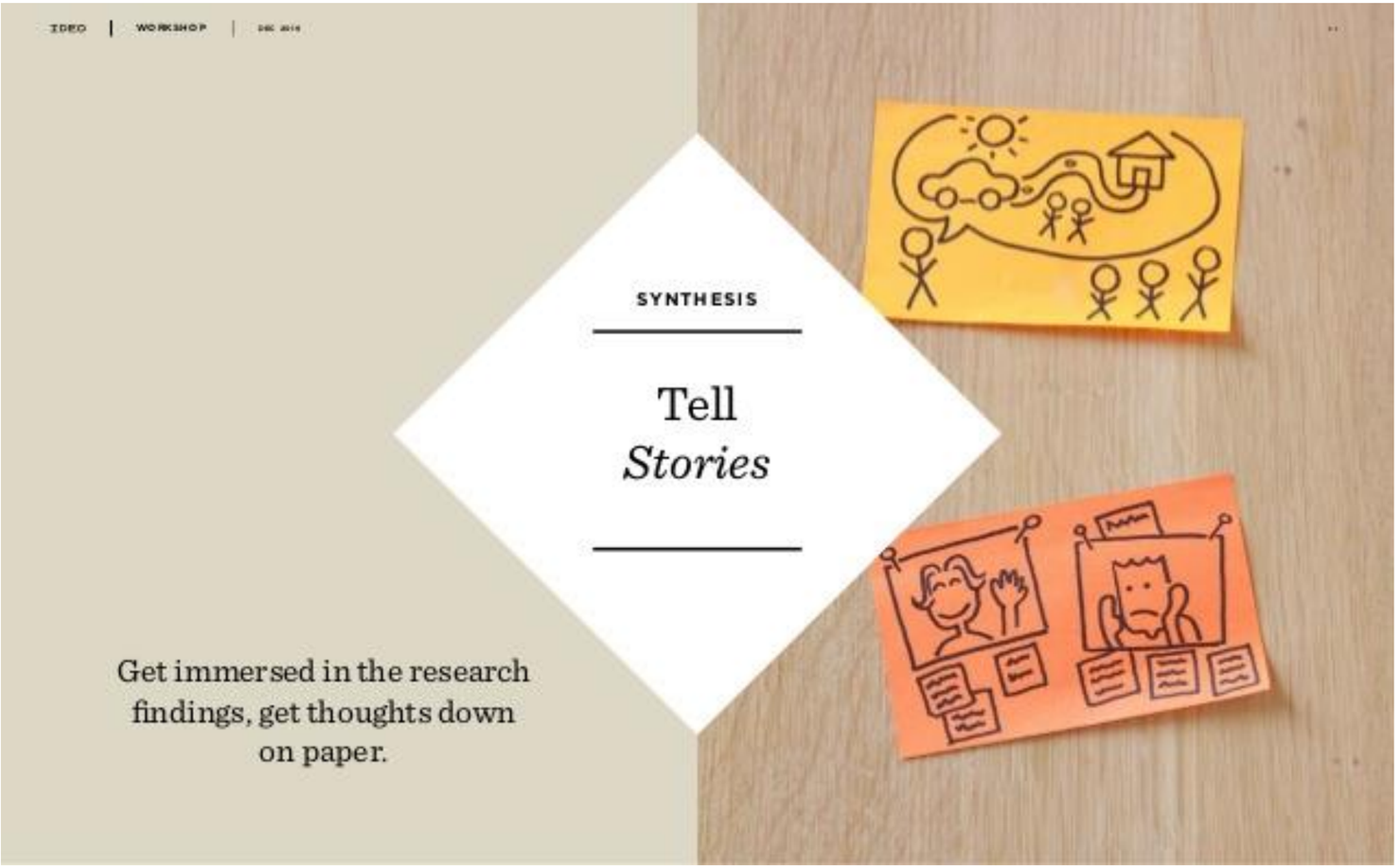


# Intrygująca forma

# Ocen

10 rzeczy na tak ...

10 rzeczy na nie ...



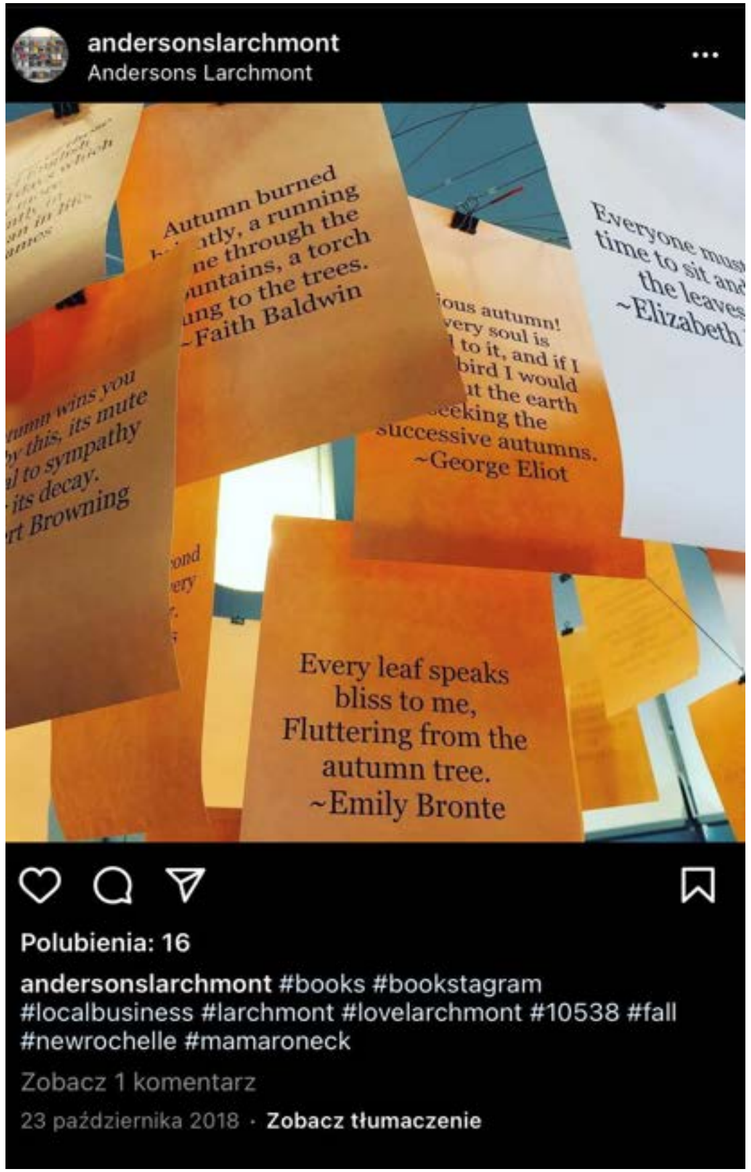
# Ocen

Księgarnie 35t
THIS IS COOL
POESIA
ROMANZI
CARVER
DA DOVE STO CHIAMANDO
LE OTTO MONTAGNE
LE OTTO MONTAGNE
Nemirovsky

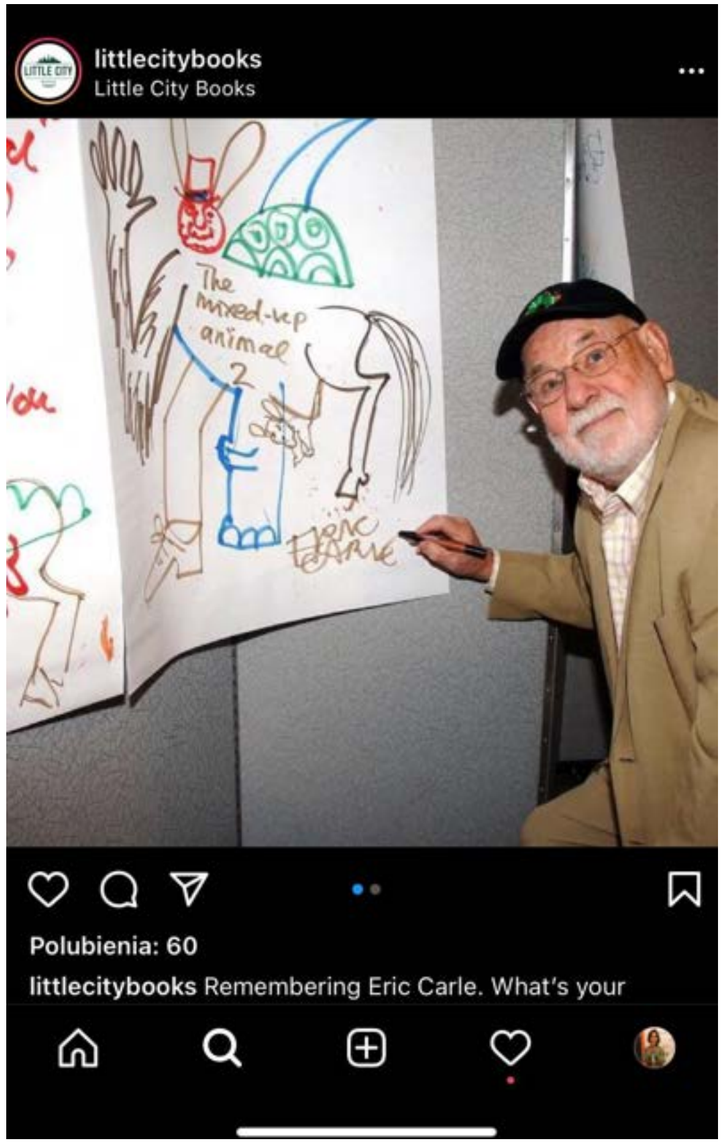
lucas.dupin
Pavilhão Bienal do Ibirapuera
sp-arte/2018
stand [booth] B2
GALERIA LUME
Lucas Dupin, "Tempo revés #3", 2014
visitação | visitation
[11.04] Preview para convidados
[15.04] 11am-7pm

lucas.dupin
Galeria Lume
Lubi to periscopioarte i 50 innych użytkowników
lucas.dupin Para quem estiver em São Paulo, abre hoje a exposição "REAL FAKE' na Galeria Lume que também estará no Viewing Room da SP-Arte 2021... więcej
Zobacz wszystkie komentarze: 4
9 czerwca · Zobacz tłumaczenie

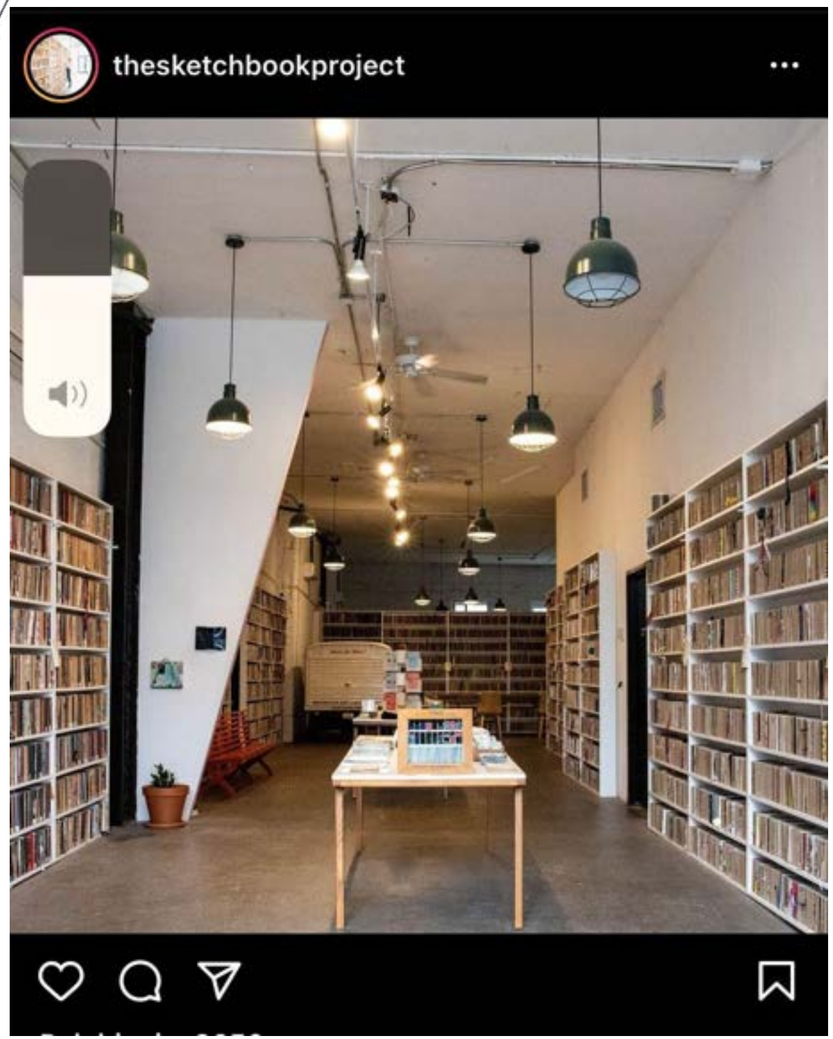
# Inspirujące cytaty



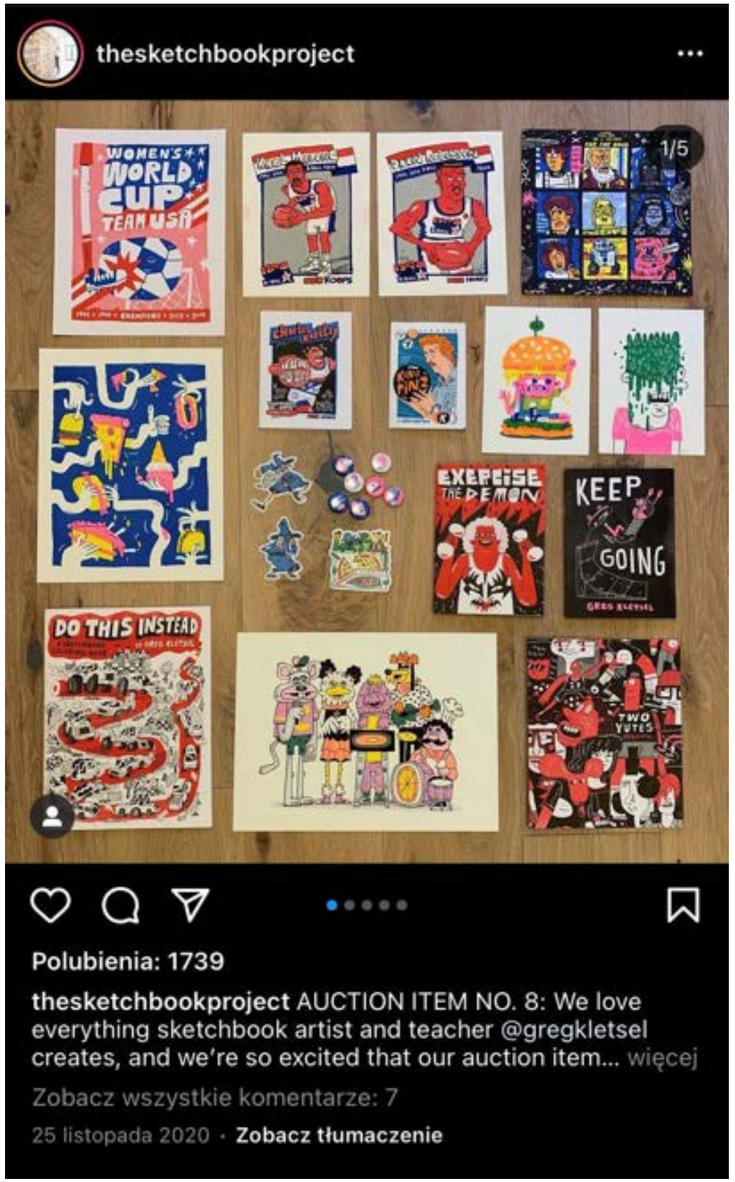
# Namaluj emocje kolorem

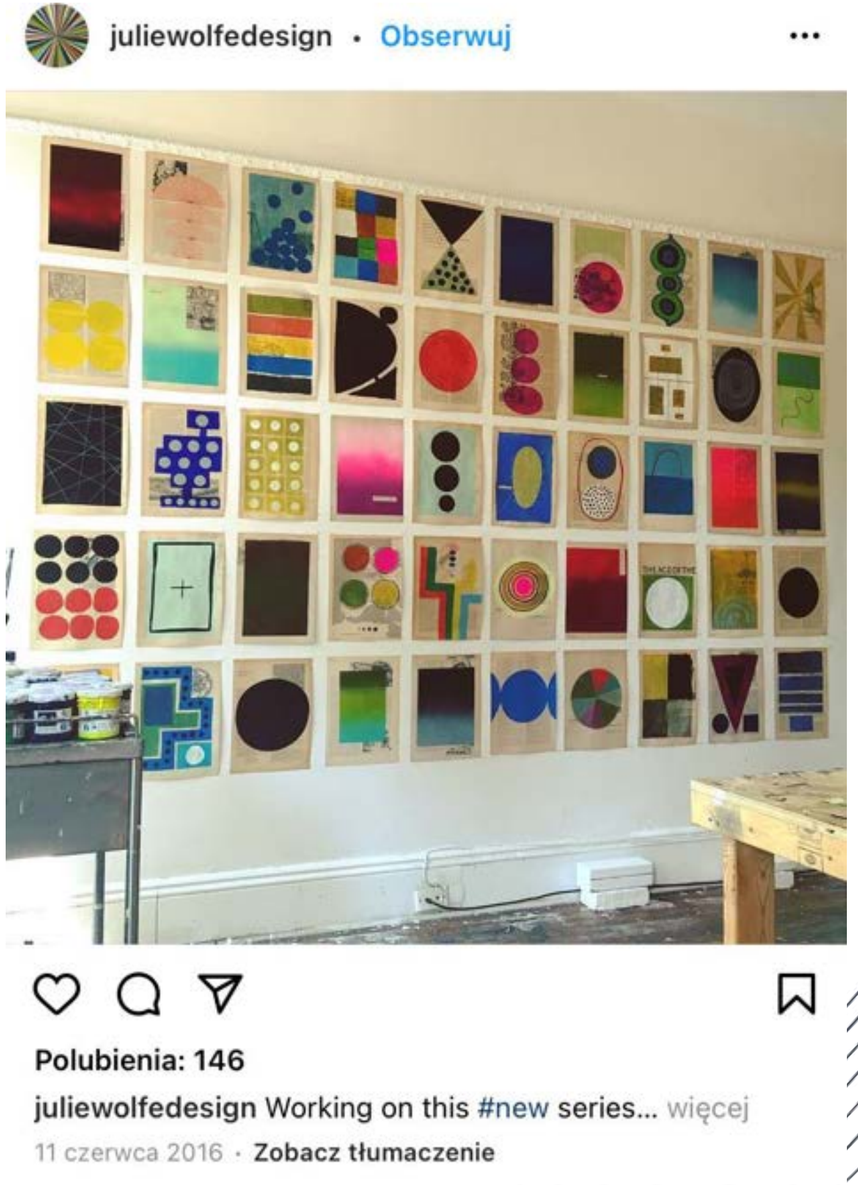


# Wpis do księgi



# Akcje offline

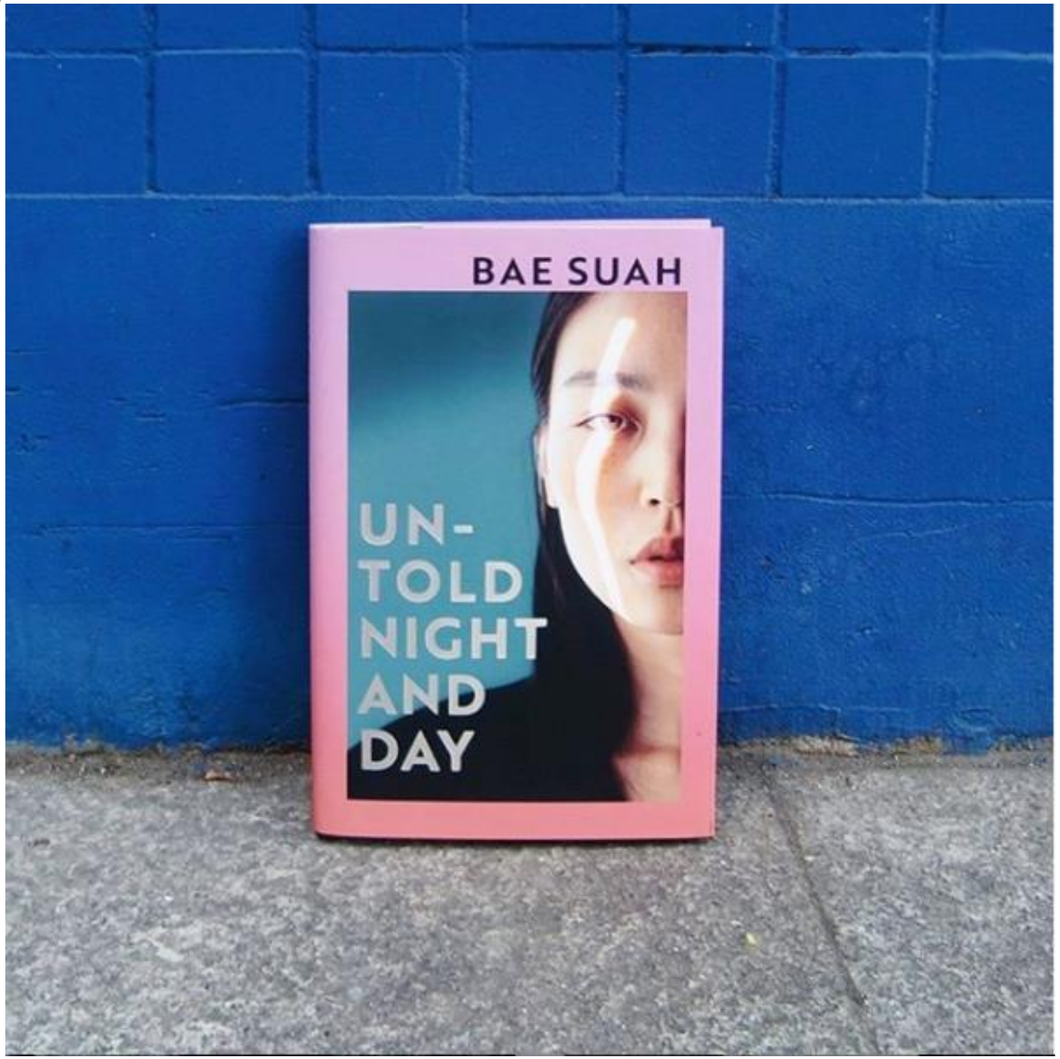


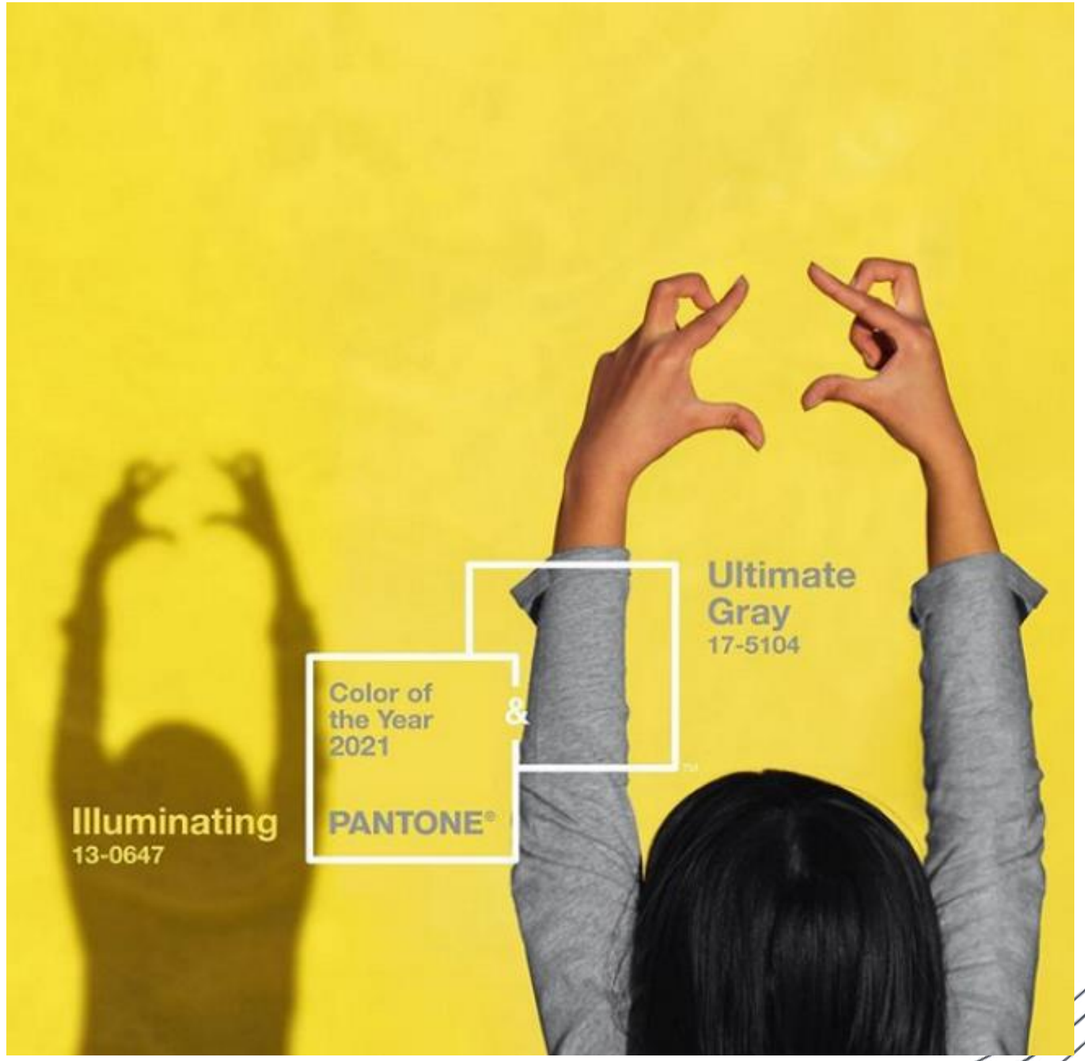



# Karta czytelnika oraz lista książek

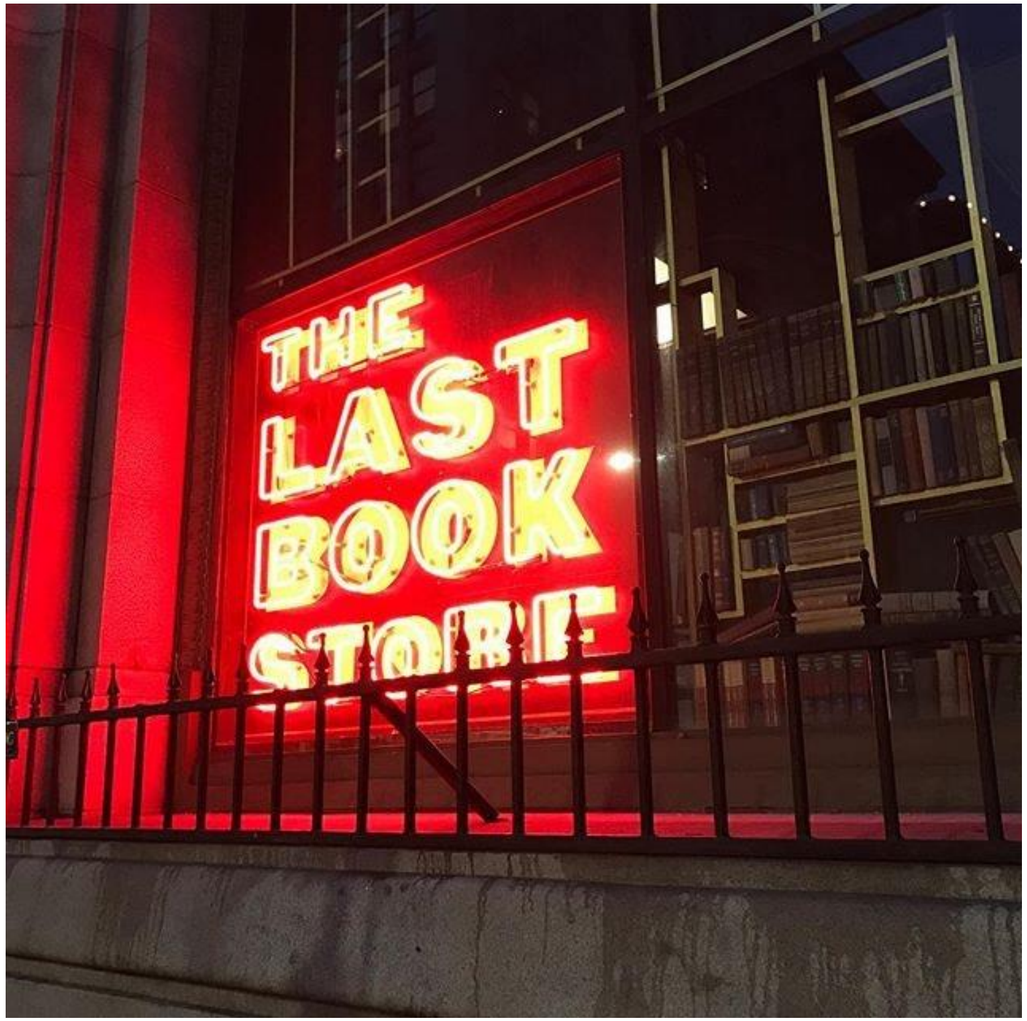
# Odpowiednia ściana do zdjęć kolor cytat

# Fototapeta kolorowa ściana

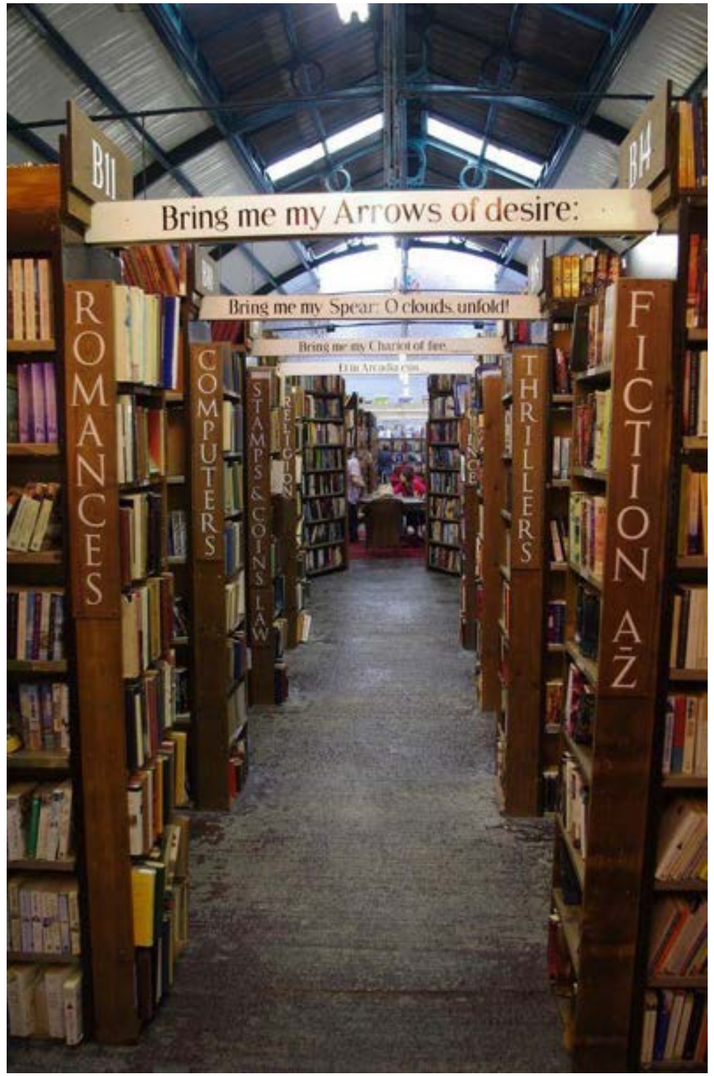


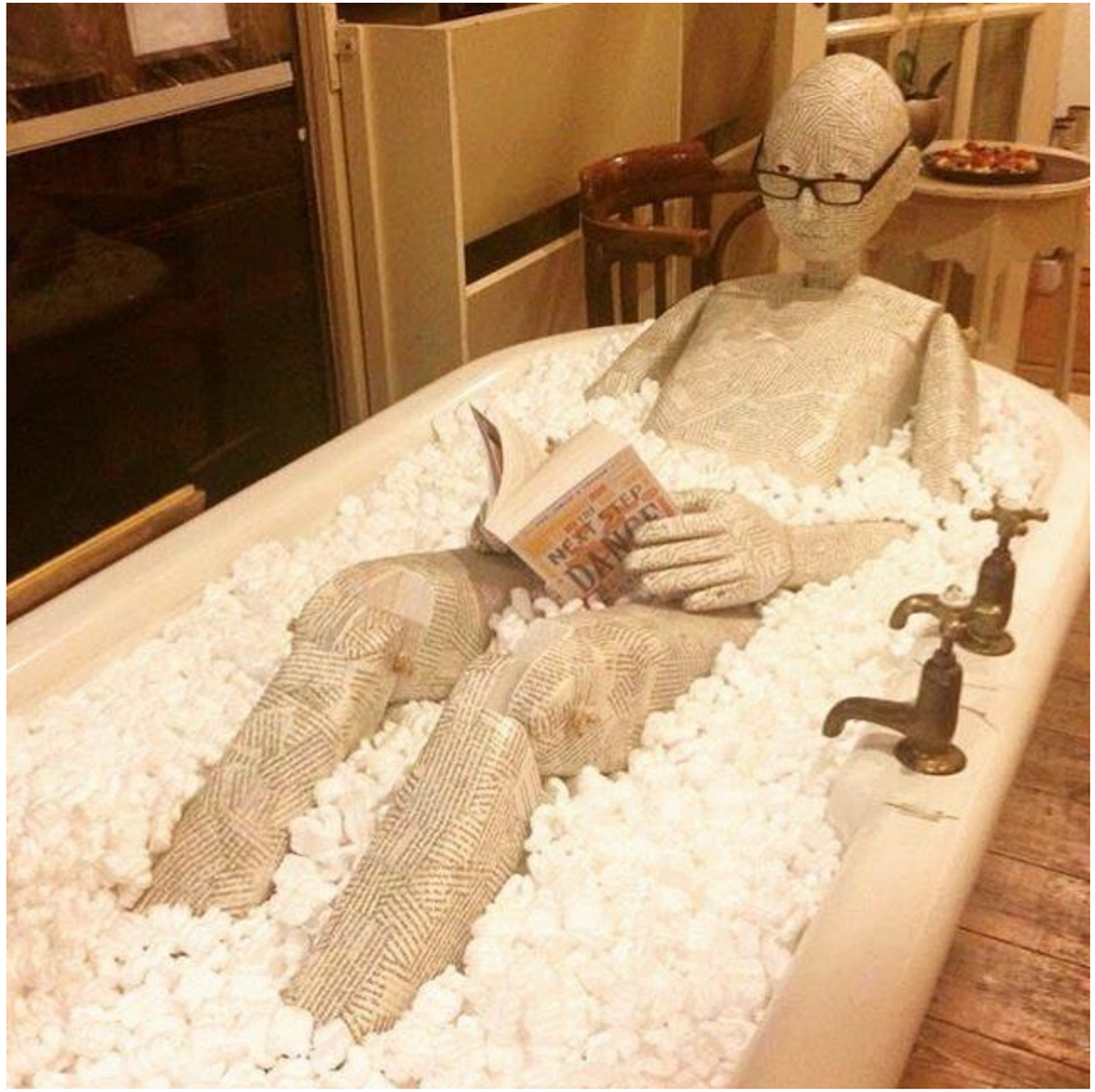
# Neon



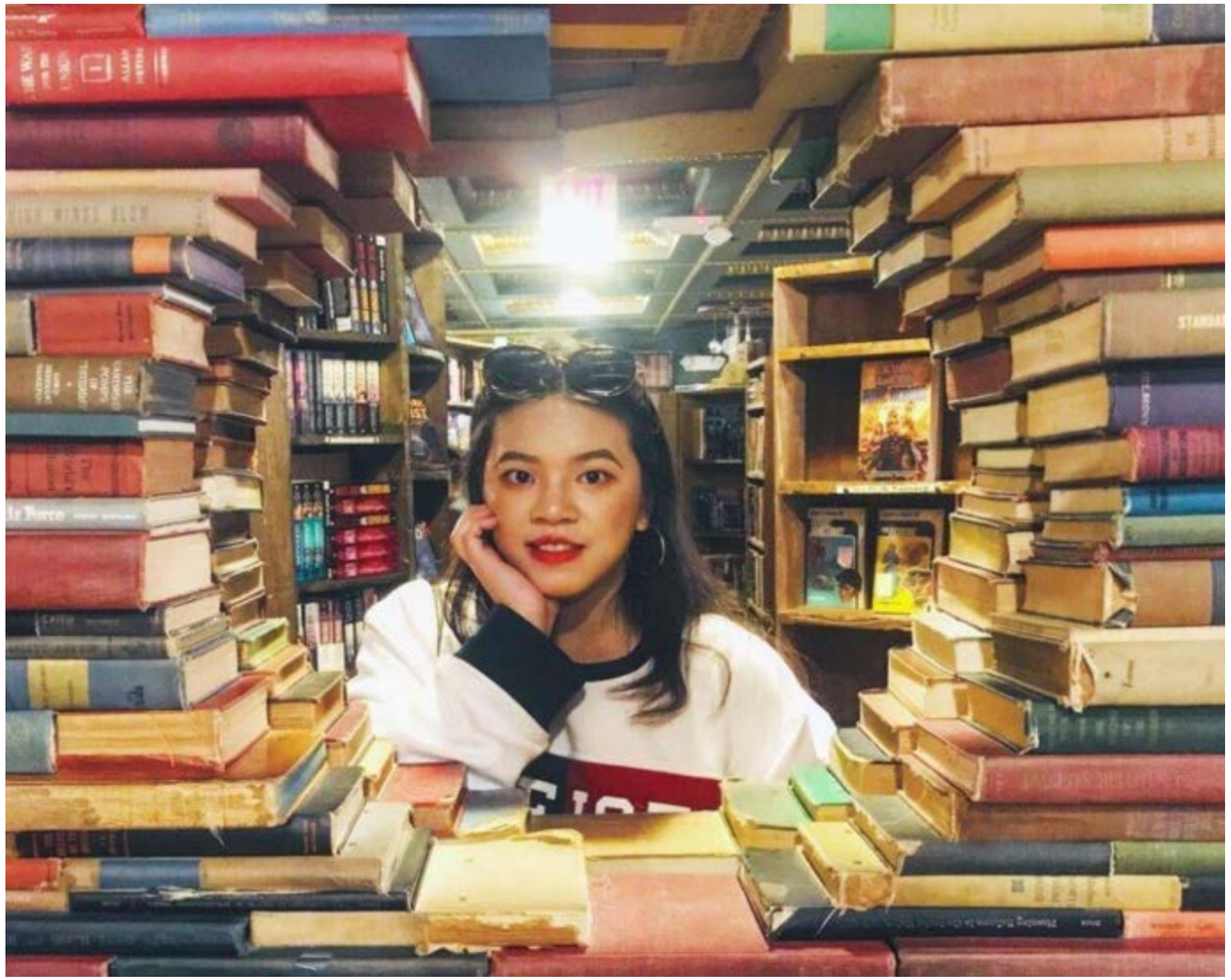
# Ciekawy temat



# Intrygująca instalacja


NEXT STEP
DANCE

# Dedykowane insta miejsce



# Personalizacja i doświadczenia

**'W erze cyfrowej podstawą jest budowanie społeczności. Niezależne księgarnie, które chcą odnieść sukces, muszą zaistnieć w sposób naturalny. Pokazać swoją autentyczność, poczucie przynależności do lokalnej społeczności. Tak rodzi się wizja księgarni jako miejsca, w którym ludzie nie tylko kupują książki, ale także mogą znaleźć i porozmawiać z osobami o podobnych zainteresowaniach'**

**Ryan Raffaelli profesor Harvard Business School**

# Zaplanuj kampanię

Krok po kroku aby stworzyć spójną kampanię z jasnym przekazem

# Zintegrowana kampania

# Ścieżka klienta,

Potrzeba → Świadomość → Rozważanie → Zakup → Doświadczanie

Zbliżają się wakacje, nie mam żadnej książki do zabrania na działkę. Muszę coś szybko kupić, żeby przesyłka dotarła na czas.

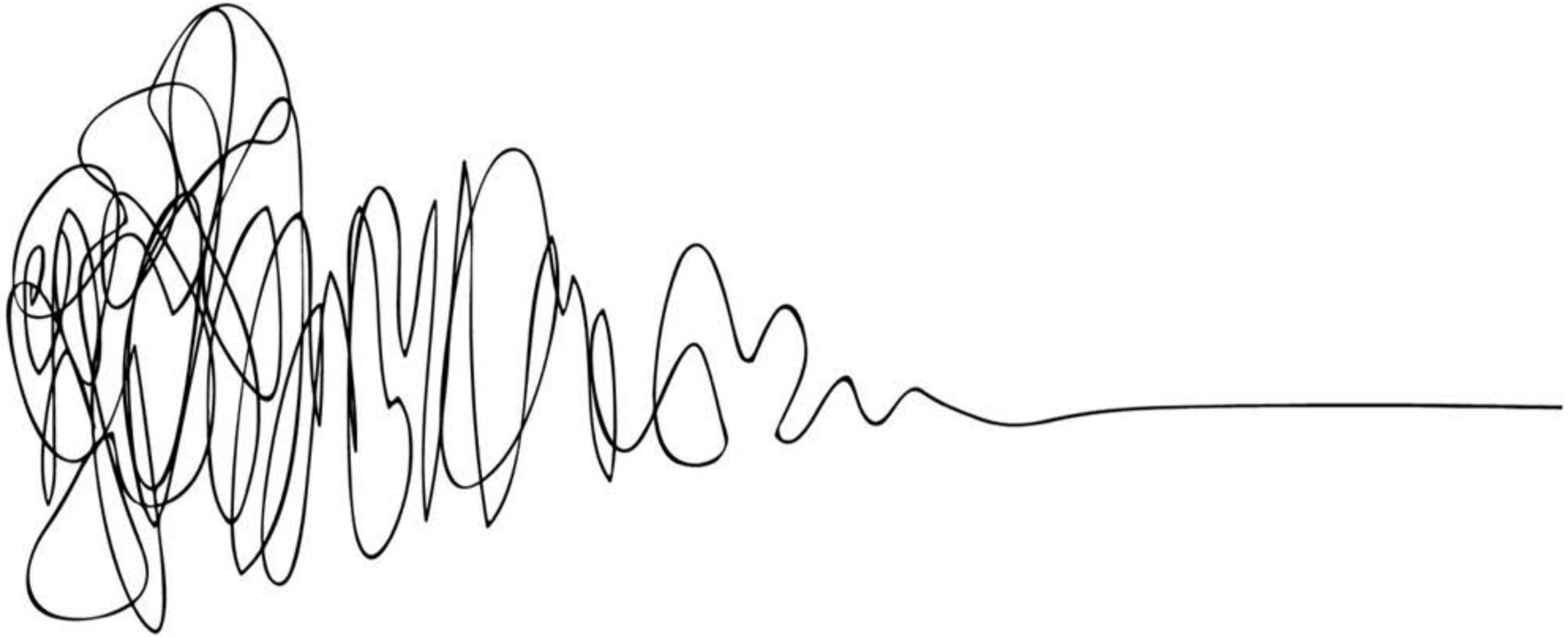
Kupię najnowszą powieść Mroza. Przyjaciółka mi ostatnio polecała.

Sprawdzę gdzie jest dostępna i w jakiej cenie.

Wybiorę sklep. Odbiorę jak wyjdę na spacer.

Dobrze, że poszło sprawnie. Mogę teraz się zrelaksować ☺

# W rzeczywistości wygląda to tak:



# Kampania na wakacje

# Jak zaplanować kampanię

Potrzeba biznesowa

Prawda konsumencka

Cel marketingowy

Grupa docelowa

Kampania promocyjna

Komunikacja korzyści

Kanały dotarcia

Potrzebne materiały

Mechanizm kampanii

# W poszukiwaniu insightów

- Insight czyli wgląd konsumencki/ prawda konsumencka wynika z dobrego zrozumienia osoby, która jest po drugiej stronie, czyli klienta.

- Określa potrzeby lub problemy, które **niekoniecznie zostały zwerbalizowane** przez klientów, ale z pewnością ich dotykają.

- Dobry insight powinien być nieoczywisty, ciekawy i seksowny, ale przede wszystkim musi być prawdziwy i istotny z punktu widzenia klienta.

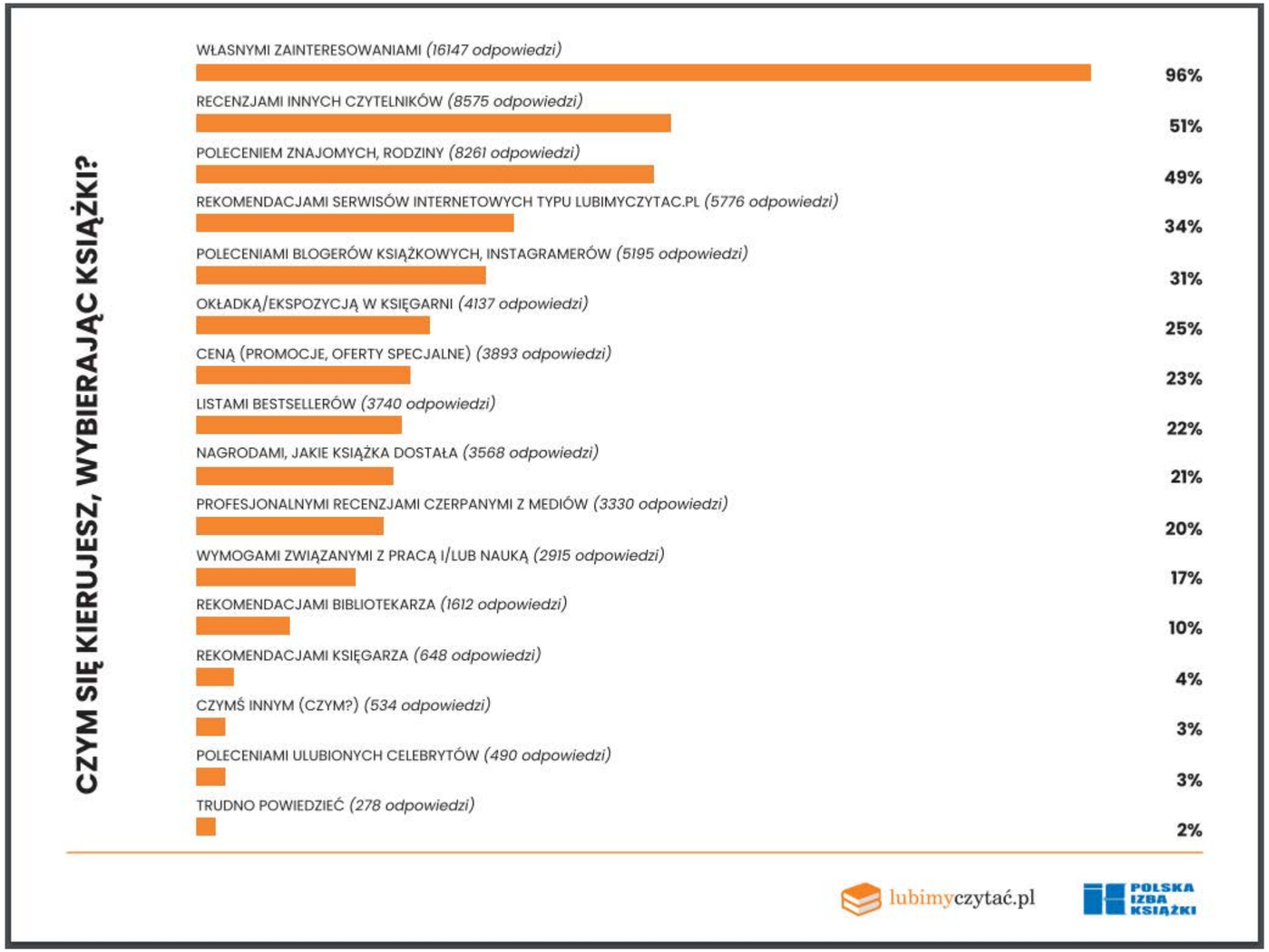
# W poszukiwaniu insightów

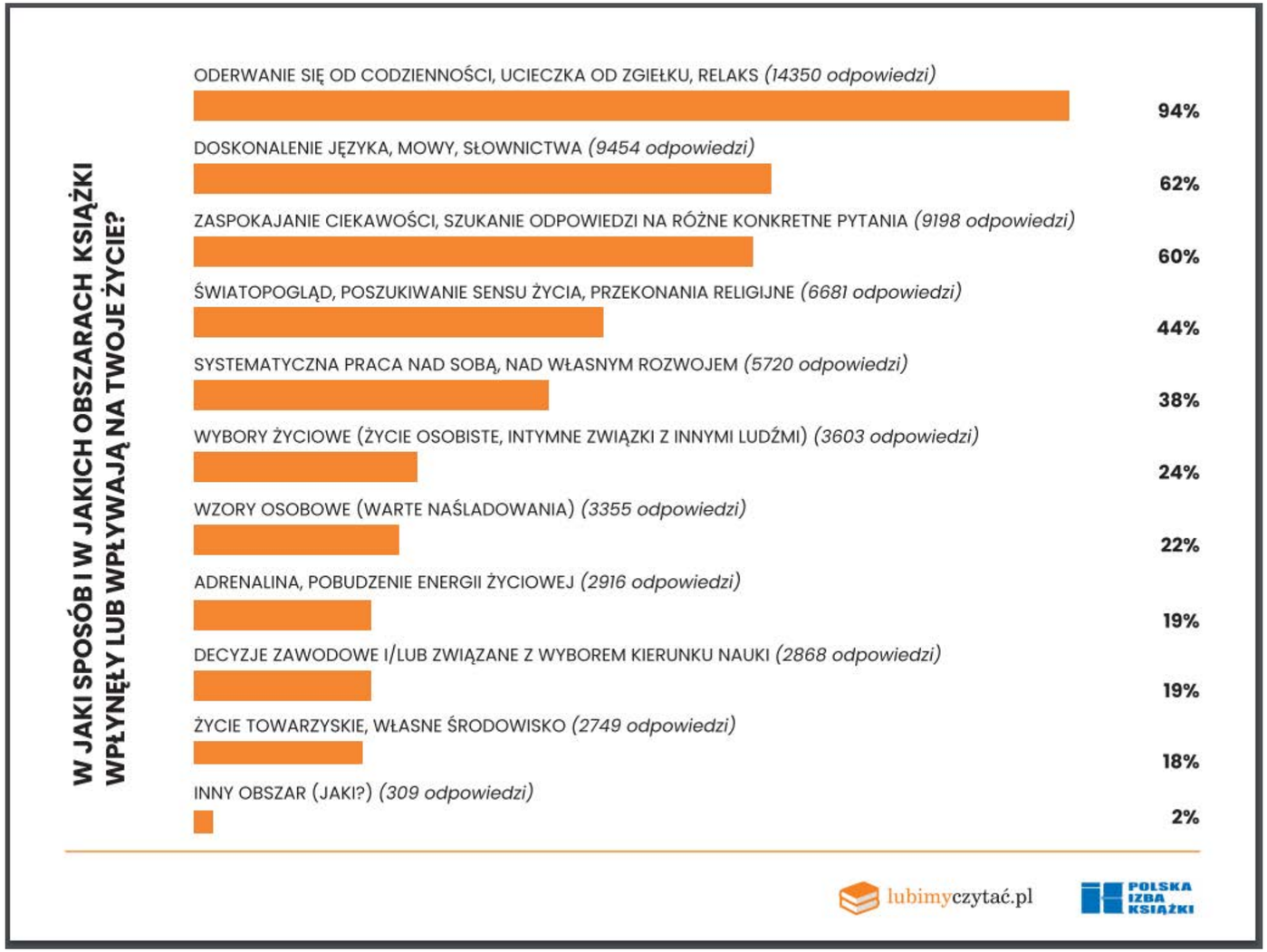
***Nie jesteś sobą, gdy jesteś głodny.***
*Wszystko ci wtedy przeszkadza i stajesz się nieznośny dla otoczenia.*

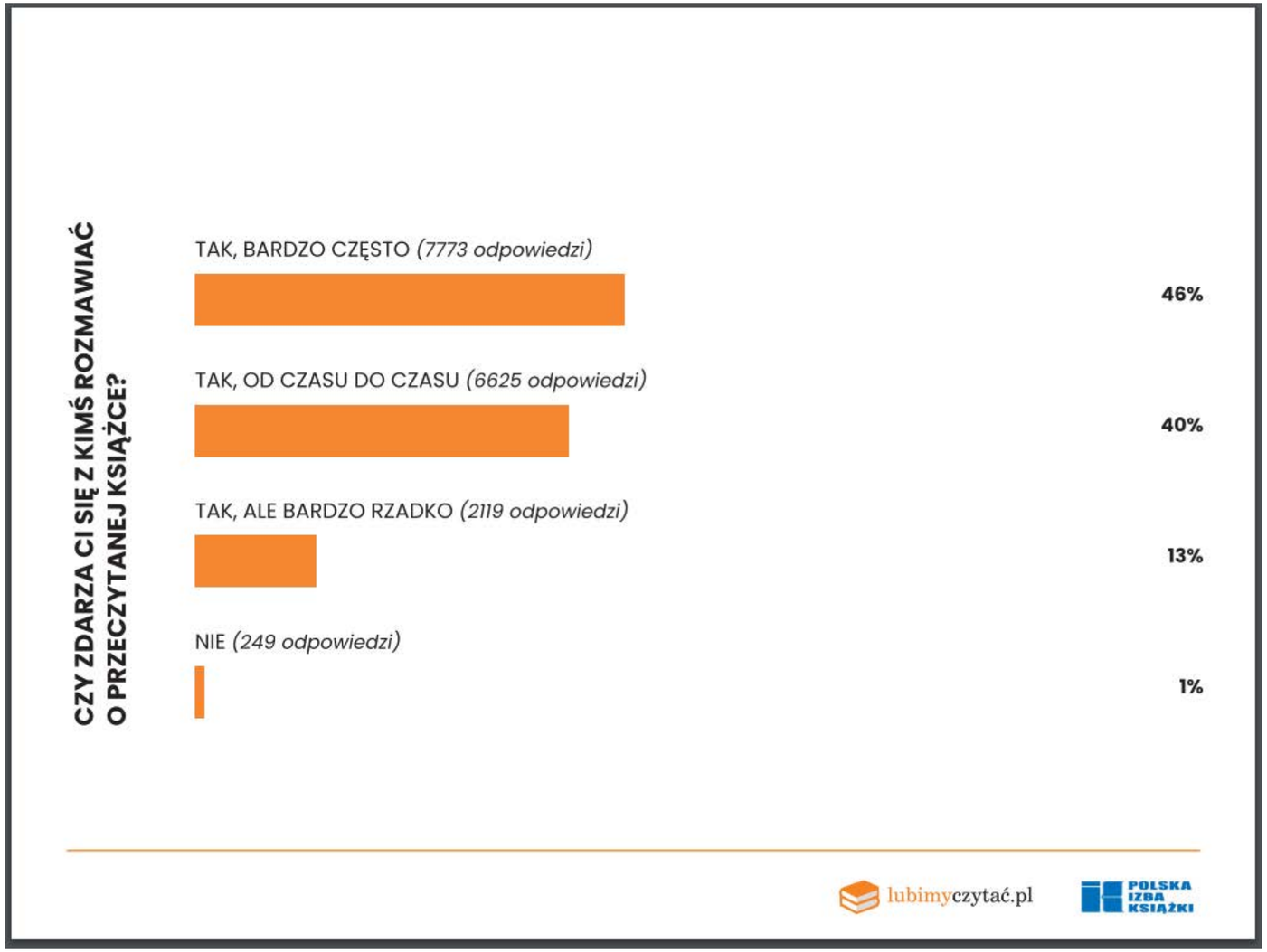
# Co wiemy o naszych klientach?

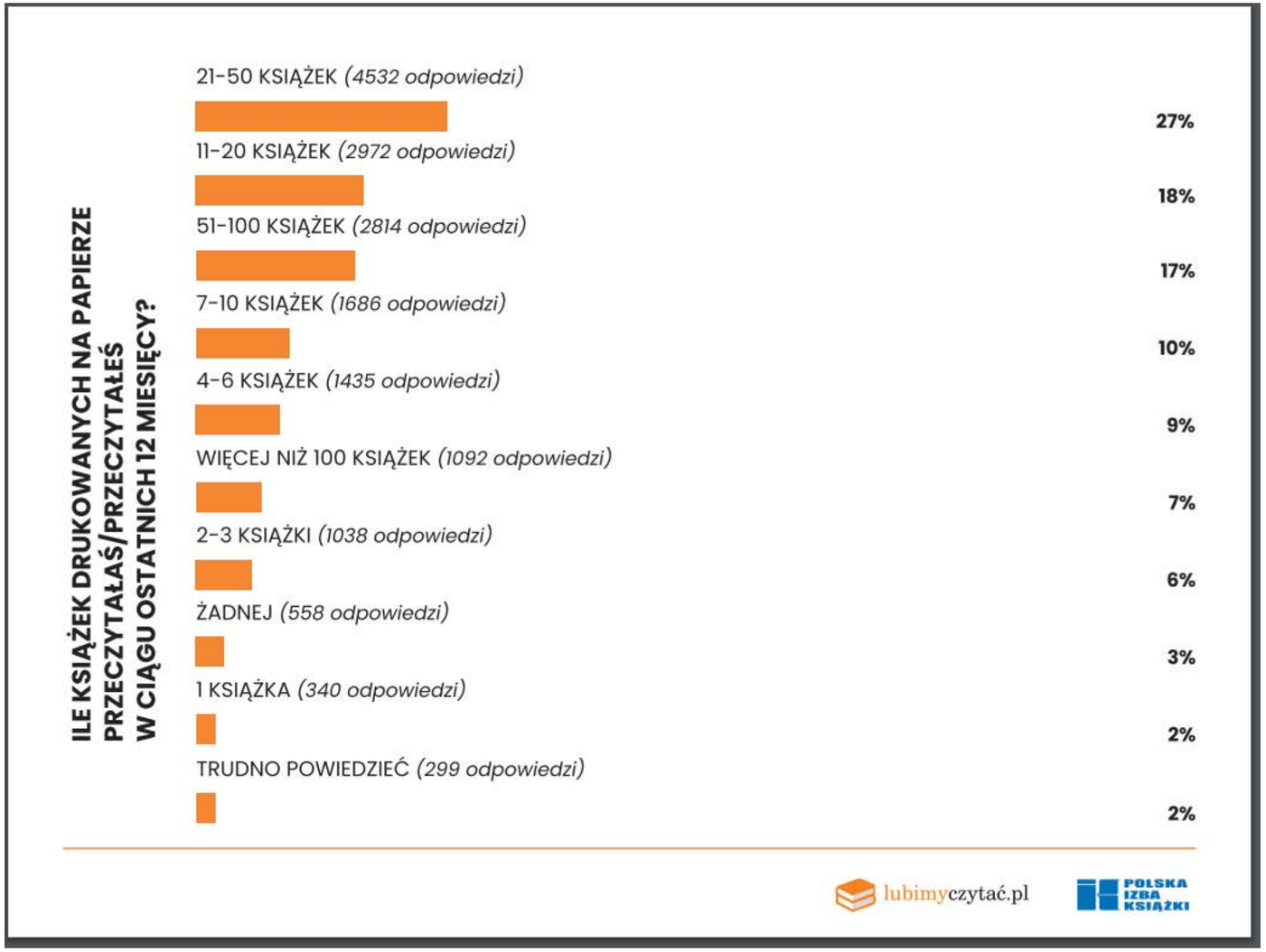
- Raporty
- Trendy
- Obserwacje
- Własne doświadczenia
- Rozmowa

# Prawda konsumencka (insight)




W JAKI SPOSÓB I W JAKICH OBSZARACH KSIĄŻKI WPŁYNĘŁY LUB WPŁYWAJĄ NA TWOJE ŻYCIE?
ODERWANIE SIĘ OD CODZIENNOŚCI, UCIECZKA OD ZGIEŁKU, RELAKS (14350 odpowiedzi)
94%
DOSKONALENIE JĘZYKA, MOWY, SŁOWNICTWA (9454 odpowiedzi)
62%
ZASPOKAJANIE CIEKAWOŚCI, SZUKANIE ODPOWIEDZI NA RÓŻNE KONKRETNE PYTANIA (9198 odpowiedzi)
60%
ŚWIATOPOGLĄD, POSZUKIWANIE SENSU ŻYCIA, PRZEKONANIA RELIGIJNE (6681 odpowiedzi)
44%
SYSTEMATYCZNA PRACA NAD SOBĄ, NAD WŁASNYM ROZWOJEM (5720 odpowiedzi)
38%
WYBORY ŻYCIOWE (ŻYCIE OSOBISTE, INTYMNE ZWIĄZKI Z INNYMI LUDŹMI) (3603 odpowiedzi)
24%
WZORY OSOBOWE (WARTE NAŚLADOWANIA) (3355 odpowiedzi)
22%
ADRENALINA, POBUDZENIE ENERGII ŻYCIOWEJ (2916 odpowiedzi)
19%
DECYZJE ZAWODOWE I/LUB ZWIĄZANE Z WYBOREM KIERUNKU NAUKI (2868 odpowiedzi)
19%
ŻYCIE TOWARZYSKIE, WŁASNE ŚRODOWISKO (2749 odpowiedzi)
18%
INNY OBSZAR (JAKI?) (309 odpowiedzi)
2%
lubimyczytać.pl
POLSKA IZBA KSIĄŻKI


CZY ZDARZA CI SIĘ Z KIMŚ ROZMAWIAĆ O PRZECZYTANEJ KSIĄŻCE?
TAK, BARDZO CZĘSTO (7773 odpowiedzi)
46%
TAK, OD CZASU DO CZASU (6625 odpowiedzi)
40%
TAK, ALE BARDZO RZADKO (2119 odpowiedzi)
13%
NIE (249 odpowiedzi)
1%
lubimyczytać.pl
POLSKA IZBA KSIĄŻKI


ILE KSIĄŻEK DRUKOWANYCH NA PAPIERZE PRZECZYTAŁAŚ/PRZECZYTAŁEŚ W CIĄGU OSTATNICH 12 MIESIĘCY?
21-50 KSIĄŻEK (4532 odpowiedzi)
27%
11-20 KSIĄŻEK (2972 odpowiedzi)
18%
51-100 KSIĄŻEK (2814 odpowiedzi)
17%
7-10 KSIĄŻEK (1686 odpowiedzi)
10%
4-6 KSIĄŻEK (1435 odpowiedzi)
9%
WIĘCEJ NIŻ 100 KSIĄŻEK (1092 odpowiedzi)
7%
2-3 KSIĄŻKI (1038 odpowiedzi)
6%
ŻADNEJ (558 odpowiedzi)
3%
1 KSIĄŻKA (340 odpowiedzi)
2%
TRUDNO POWIEDZIEĆ (299 odpowiedzi)
2%
lubimyczytać.pl
POLSKA IZBA KSIĄŻKI

# Trendy

## 1. Hybrydowy świat

- Wiele osób skorzystało w usług cyfrowych po raz pierwszy
- I nie wróci już w pełni to przyzwyczajeń sprzed pandemii
- Granica między światem online i offline jeszcze bardziej się zatarła (omni-channel)

**Szanse dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientami tam gdzie, kiedy i jak chcą
- Łączenie kanałów i przenoszenie doświadczeń z online do offline (i odwrotnie)

## 2. Digital Detox

- Szukanie równowagi między światem offline i online
- Narzucanie sobie ograniczeń korzystania z Internetu
- Chęć powrotu do analogowej rzeczywistości

**Szanse dla biznesu**

- Zachęcanie i ułatwianie
- Budowanie doświadczeń i relacji poza Internetem
- Wykorzystanie w komunikacji

## 3. Docenienie najbliższego otoczenia i lokalnej społeczności

- Ograniczenia przemieszczania zmusiły do zwrócenia uwagi na najbliższe otoczenie
- Lokalna turystyka i szukanie przygód

**Szanse dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientami w oparciu o lokalność.
- Wspieranie i inicjowanie lokalnych inicjatyw, bycie aktywnym uczestnikiem, łączenie ludzi
- Maksymalne wykorzystanie lokalnego łańcucha dostaw.
- Lokalne partnerstwa
- Budowanie i docenianie lokalnej lojalności

## 4. Budowanie wytrzymałości i ogólnego dobrostanu

- Rozwijanie swojej odporności na zmiany – wewnątrz i wokół siebie
  - Rozwijanie umiejętności i wiedzy, podnoszenie swojej atrakcyjności na rynku pracy
  - Dbanie o zdrowie – psychiczne i fizyczne.

**Szanse dla biznesu**

- Wspieranie dobrostanu klientów.
- Tworzenie przestrzeni wolnej od trosk, w której mogę się zrelaksować.
- Wykorzystanie w komunikacji
- Dobór oferty

## 5. Chwila ulgi, eskapizm

- Potrzeba spędzenia czasu, który nie jest związany z zadnym celem, potrzeba osiągnięcia czegoś.
- Odpowiedź na zachowania, które prowadzą do wypalenia, stresu i wymuszają ciągłe doskonalenie się.

**Szanse dla biznesu**

- Stwórz przestrzeń i atmosferę (online, offline) wolną od wirusa, zmartwień, trosk.
- Dostarczaj proste rozwiązania.
- Dostosuj ofertę.
- Nie wymagaj, nie oczekuj.

## 6. Higienicznie i bezdotykowo

- Klienci oczekują przestrzeni i możliwości korzystania z usług z zachowaniem dystansu i bezdotykowo
- Chcą wiedzieć w jaki sposób dba się o ich bezpieczeństwo i higienę
- Równowaga między zabawą a zdrowiem, czystością a dostępnością

**Szanse dla biznesu**

- Bezdotykowe rozwiązania np. płatności
- Higieniczny niedbędnik
- Przynieś sklep do klienta – wirtualne spacery, porady, chaty

## 7. Interakcja = możliwość zakupu

- Rośnie różnorodność punktów styku, w których można dokonać zakupu (Instagram, Facebook, Messenger, Chat, Shop, Live shopping...
- Każde nawiązanie kontaktu z produktem lub sprzedawcą może doprowadzić do zakupu

**Szanse dla biznesu**

- Ułatwianie dokonania zakupu niezależnie od tego skąd pojawia się klient
- Usuwanie barier
- Wyposażenie ułatwień i narzędzi, z których korzystają klienci

## 8. Bliżej klienta

- Klient chce być traktowany jak partner, który ma moc współtworzenia i współdecydowania o marce/ biznesie

**Szanse dla biznesu**

- Angażuj, rozmawiaj, pytaj, wynagradzaj za opinie swoich najbardziej oddanych klientów.
- Zapraszaj klientów do wspólnego rozwiązywania problemów.

## 9. Nowa rola sprzedawcy

- Sprzedawcy zmuszeni są do przedefiniowania swojej roli jako dostawcę usług, który buduje relacje z klientami i odpowiadają na ich zdziecinowane potrzeby
- Księgarnie = showrooms, klubokawiarnie, miejsca spotkań, szansa na rozmowę i interakcja

**Szanse dla biznesu**

- Budowanie relacji z klientem – zarówno online, jak i offline
- Udostępnianie swojej przestrzeni
- Wynagradzaj lojalnych klientów

## 10. Kupowanie z sensem

- Rośnie zainteresowanie etycznymi zakupami
- Oraz troska o planetę
- Rośnie też różnorodność potrzeb i rozumienia czym jest zrównoważone działanie

**Szanse dla biznesu**

- Ułatwiaj zrównoważone, etyczne wybory
- Dostosuj ofertę
- Doradzaj i edukuj
- Wykorzystaj w komunikacji

# Obserwacja

# Prawda konsumencka

- Czytelnicy kierują się przed wszystkim swoimi zainteresowaniami oraz różnego rodzaju formami rekomendacji (*raport*)
- Książki budują więzi między ludźmi i lubimy o nich rozmawiać (*raport*)
- Ponad 80% czytelników/ miłośników książek czyta więcej niż 4 książki rocznie (*raport*)
- Cena ma znaczenie, rabaty motywują do zakupu (*dane sprzedażowe, obserwacja, raport*)
- Wakacje to czas na czytanie (*obserwacja*), a książka to chwila relaksu i ucieczka od codzienności (*raport*)
- Szum informacyjny (*trendy*)
- Digital detox (*trendy*)

# Czytelnik, który wybiera się na wakacje

# Czytelnik, który wybiera się na wakacje

**Radości**

- Ucieczka od rzeczywistości
- Dobre wykorzystanie czasu
- Oszczędność
- Ciekawa rozmowa z znajomymi

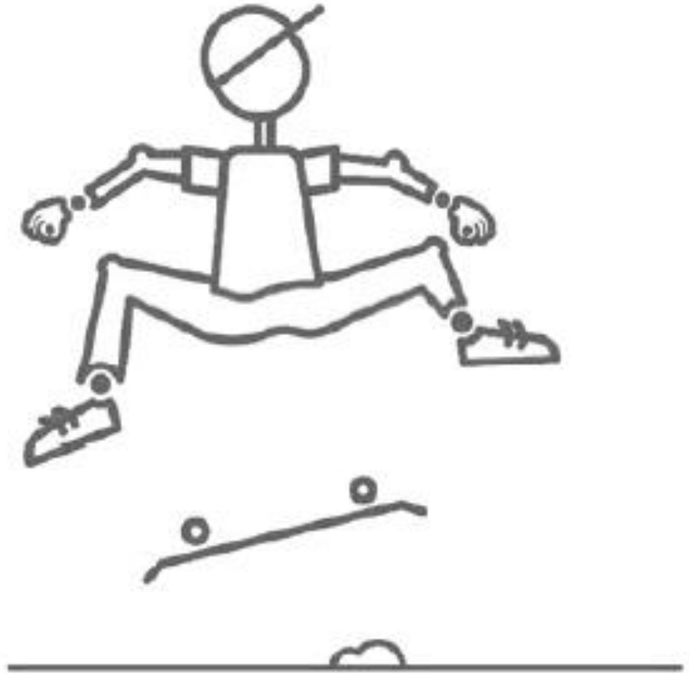
**Bolączki**

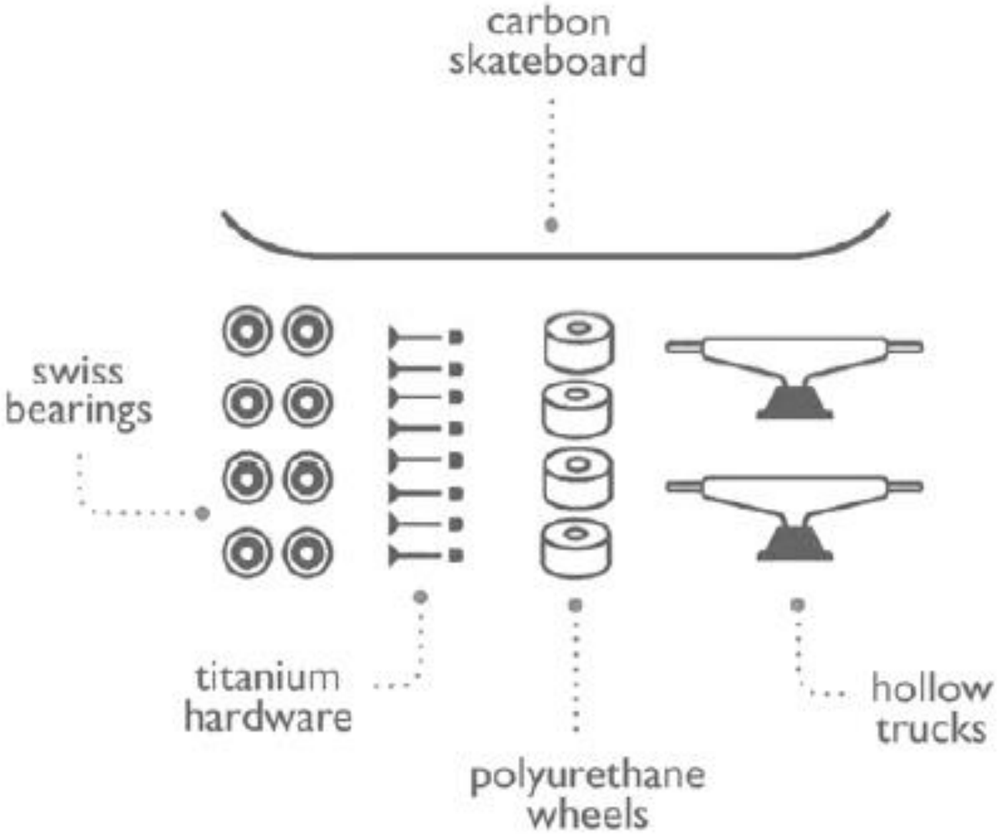
- Szeroka oferta – nie wie co wybrać
- Boi się, że kupi coś co nie odpowiada jego/jej gustom
- Wysoka cena
- Stres codzienności

**Zadania do wykonania**

- Kupić książkę
- Tanio
- Zgodnie z zainteresowaniami
- Spędzić miło czas na wakacjach
- Przeczytać książkę
- Podzielić się opinią o książce

# Co jest ważne dla klienta?





Nie chodzi tylko o produkt, chodzi o doświadczenie!

Źródło: Iwona

# Wartość dla klienta - na wakacje

**1. Zastanów się, jaką wartość lub korzyść chcesz przynieść klientowi. Po pierwsze zadaj sobie pytanie, w jaki sposób możesz mu pomóc – sprawić radość i uśmierzyć bolączki. Uzupełnij zdanie:**

Nasza księgarnia pomaga *[komu?*], [*zadanie*], po to, aby [*radość*] i [*ból*].

**INDYWIDUALNIE – 5 minut**

# Czytelnik, który wybiera się na wakacje

**Radości**

- Ucieczka od rzeczywistości
- Dobre wykorzystanie czasu
- Oszczędność
- Ciekawa rozmowa z znajomymi

**Bolączki**

- Szeroka oferta – nie wie co wybrać
- Boi się, że kupi coś co nie odpowiada jego/jej gustom
- Wysoka cena
- Stres codzienności

**Zadania do wykonania**

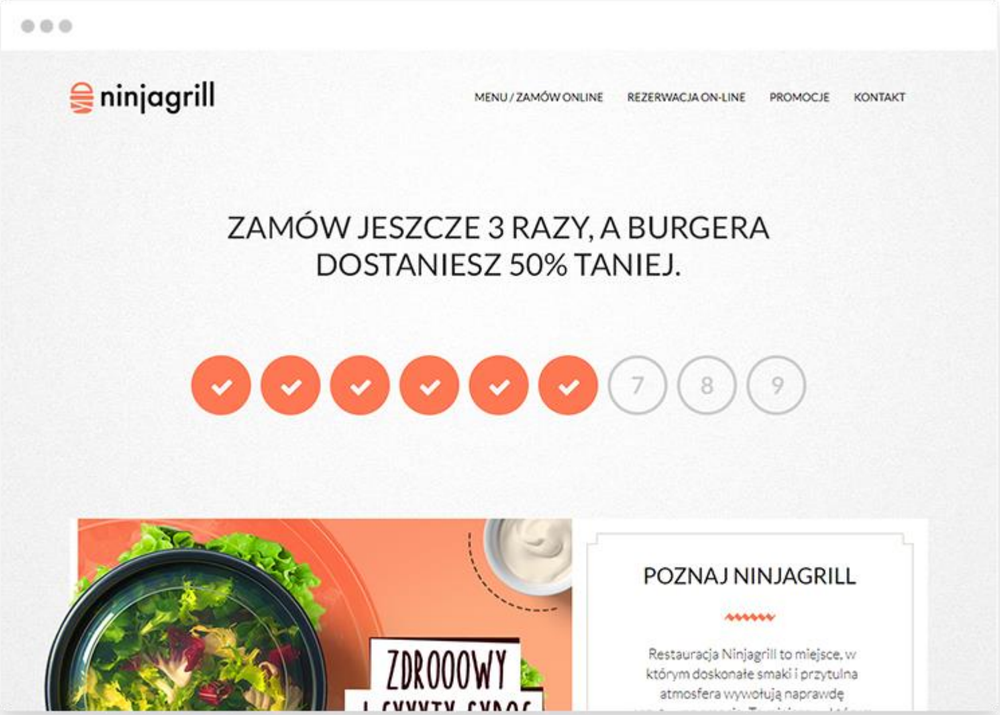
- Kupić książkę
- Tanio
- Zgodnie z zainteresowaniami
- Spędzić miło czas na wakacjach
- Przeczytać książkę
- Podzielić się opinią o książce

# Potrzeba biznesowa

Źródło: wyniki biznesowe, analiza zachowania klientów

- WZROST SPRZEDAŻY, ZYSKOWNOŚCI:
  - Zdobywanie nowych klientów
  - **Budowanie lojalności**
  - Powiększanie koszyka zakupów
  - Sprzedawanie produktów z większą marżą
  - Skrócenie czasu wyprzedania nakładu
  - Inne?

# Programy lojalnościowe



# Programy lojalnościowe

# Programy lojalnościowe

# Jak budować lojalność

- **Posiadanie dobrego produktu** to najlepszy sposób na zdobywanie lojalności klientów
- Ale jeżeli sam produkt nie jest unikatowy, możemy zatem próbować **budować nie tylko względem produktu, ale także otaczających go cech (księgarnia) i doświadczenia zakupu**

# Nie tylko zakup przynosi wartość

- **Zaangażowanie** – zaangażowany konsument odwiedza Cię częściej, mówi i myśli o Tobie, potrafi Cię dokładnie zdefiniować i polecić

- **Interakcje** – punkty styczności z marką, które konsument spotyka na swojej drodze mogą być statyczne lub interaktywne. Interakcja z wpisem na Facebooku, z pracownikiem rozdającym Twoje ulotki czy pojawienie się na spotkaniu – to wszystko buduje lojalność.

- **Wpływ społeczny** – konsument, który ma wykształconą rzeczywistą preferencję nie musi kupować produktów, by napędzać Twój zysk. Jeśli przyprowadza do kawiarni regularnie znajomych, jeśli chwali Cię publicznie – jest wartościowy.

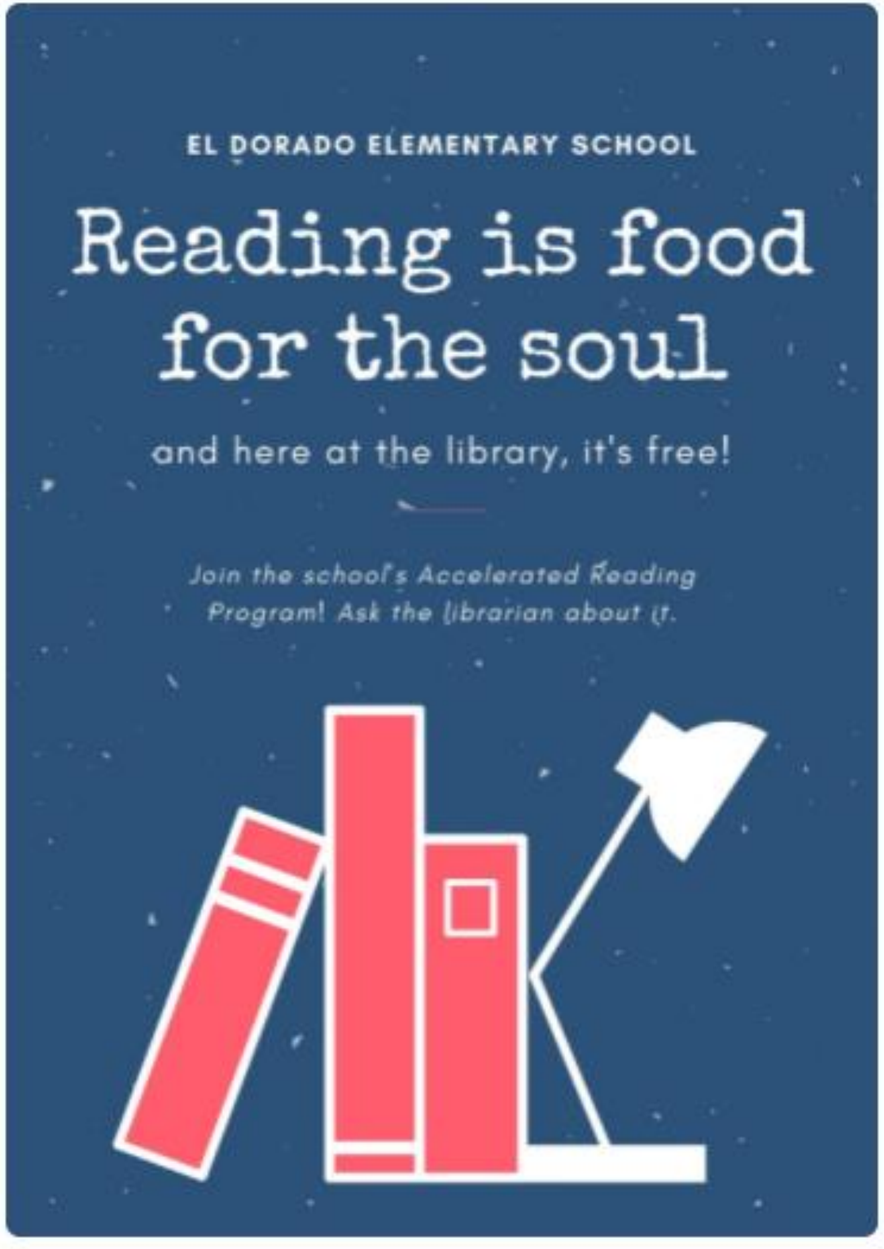
# Dobry program lojalnościowy

Źródło: https://paweltkaczyk.com/pl/program-lojalnosciowy/

- Zawiera elementy grywalizacji – rabat czy gratis to dodatkowa korzyść. Chodzi o **zabawę**!
- Nie jest skomplikowany, jest **zrozumiały**
- Nagradza nie tylko za zakupy, ale także za **interakcje**
- Czy używanie swojego **społecznego wpływu** np. dzielenie się w mediach społecznościowych

# Jak to zrobić

- **Zdefiniuj „akcję podstawową”** – prosta i łatwa do zrozumienia czynność, która będzie leżeć u podstaw Twojego programu lojalnościowego jest kluczem do sukcesu. Zwróć uwagę, że nie musi to być czynność związana ze sprzedażą – w przypadku kawiarni sama obecność w lokalu jest mocno skorelowana z zakupami, więc zamiast premiować zakupy, możesz premiować obecność. Jeśli prowadzisz sklep odzieżowy, przymierzenie ciucha prowadzi do zakupu i możesz premiować tę akcję, a nie odebranie paragonu z kasy. Podejdź kreatywnie do akcji podstawowej, a Twój program lojalnościowy będzie się wyróżniał.
- **Zdefiniuj warianty „akcji podstawowej” dla kilku rodzajów klientów** – zobacz, jak robi to Facebook. Możesz tworzyć treść, możesz wrzucać linki, możesz klikać „Lubię to!” lub komentować. Nie wszyscy klienci mają do powiedzenia wystarczająco dużo, by tworzyć coś oryginalnego, daj możliwość zagrania także tym mniej zaangażowanym. Twitter postępuje tak samo – możesz wrzucić swój tweet, możesz retweetować kogoś innego (powtórzyć jego wiadomość), możesz wdać się w dyskusję… W przypadku kawiarni wyobrażam sobie klientów, którzy przychodzą sami na kawę, przyprowadzają znajomych, głosują na kawę, która powinna być w promocji w przyszłym tygodniu itp.
- **Opracuj system punktowy dla akcji podstawowych** – punkty są podstawowym mechanizmem nagradzania Twoich klientów. Jeśli robią to, czego od nich oczekujesz, powinni otrzymać za to przynajmniej minimalną nagrodę, a punkty doskonale wyznaczają ich drogę do wyższego celu. Świetną rzeczą, którą możesz zrobić jest wymyślenie odpowiednich nazw dla samych punktów i poziomów czy nagród, do których prowadzą. Pamiętaj, że w Twojej grze chodzi przede wszystkim o frajdę a fabuła jest świetnym sposobem na wzmocnienie tej frajdy. Nie idź najprostszą drogą, zbieranie „punktów” jest nudne. Pomyśl, co tak naprawdę chciałbyś zbierać będąc kawoszem? A jeśli uważasz się za fashionistkę? Jak powinny wtedy nazywać się Twoje punkty?
- **Znajdź rytuał, do którego jesteś w stanie przypiąć „akcję podstawową”** – jesteśmy stworzeniami napędzanymi przez nawyki. Poranna kawa, weekendowy wypad na zakupy z przyjaciółką, sprawdzenie Facebooka w czasie przerwy w pracy – to wszystko rzeczy, które robimy z zadziwiającą regularnością. Jeśli uda Ci się podłączyć akcję podstawową do jednego lub wielu rytuałów Twoich klientów, jest dużo większe prawdopodobieństwo, że Twój program lojalnościowy przetrwa. „Podpięcie do rytuału” to jeden z najważniejszych elementów definiowania programu lojalnościowego. Bez niego klienci o nim zapomną.
- **Zaplanuj system nagród – najpierw wewnętrznych, potem zewnętrznych.** Nagrody w programie lojalnościowym wcale nie muszą być fizycznymi rzeczami o prawdziwej wartości. Powiem więcej, fizyczne nagrody powinny być na końcu Twojego łańcucha planowania. Zacznij od nadania uczestnikom programu zróżnicowanych statusów, które będą się przekładać na przywileje. To jest coś, o co będą walczyć. Obsługa bez kolejki w kawiarni przy zamawianiu kawy na wynos do pracy? Nie ma problemu, jeśli w poprzednim miesiącu byłeś u nas minimum 19 razy.
- **Zaplanuj nagrody stałe i losowe** – najbardziej efektywnym systemem nagradzania jest przemieszanie elementów stałych i losowych. Twój klient ma pewność, że jeśli był u Ciebie 19 razy w poprzednim miesiącu, zyskuje obsługę bez kolejki – to nagroda stała. Ale jeśli dodatkowo dasz kawę gratis przez miesiąc każdemu, kto kupił kawę w środę po 21:00, wieść o takiej nagrodzie szybko się rozniesie. Ludzie zaczną do Ciebie przychodzić częściej przyciągani zwykłą ciekawością – a nuż tym razem się uda? Zdefiniuj kilka warunków stałych i kilka warunków zmiennych i… patrz, jak klienci zaczynają przychodzi


EL DORADO ELEMENTARY SCHOOL
Reading is food for the soul
and here at the library, it's free!
Join the school's Accelerated Reading Program! Ask the librarian about it.

INTERNATIONAL DAY OF YOGA
Get your balance right
Come by at Metropolitan Park for a simple yoga session with friends and family
June 21, 2017 | 7AM to 9PM
Contact Vivian (00) 1234567 or Call (02) 12345 for more details

SUMMER
sale
UP TO 50% OFF

WE ARE HIRING
Graphic Designer
APPLY NOW
www.reallygreatsite.com

Orange 21:08 39%
facebook.com

**Jurajska**
Sponsorowane ·

To natura tworzy najlepsze rzeczy. I tak było z Jurajską. Powstawała przez tysiące lat głęboko pośród skał Jury, stąd jej unikalne proporcje minerałów.

136 8 komentarzy 4 udostępnień

Lubię to! Dodaj komentarz Udostępnij

**barStudio**
Wczoraj o 12:00 ·

Orange 21:09 39%
facebook.com

**MasterClass**
Sponsorowane ·

Buy one and get one for Dad, free. Limited-time offer. Additional offer terms apply.

MASTERCLASS.COM
**Limited-Time Father's Day Offer**
Give Dad access to the world's best
Więcej informacji

969 128 komentarzy 5 udostępnień

Lubię to! Dodaj komentarz Udostępnij

# Budowanie komunikatu i hierarchii

| Korzyść dla klienta | Komunikat – propozycja wartości |
|---|---|
| Niższa cena | *Zdobywaj zniżki przez całe wakacje / nawet 35%* |
| Ucieczka od rzeczywistości | *i zatracaj się* |
| Oferta, która odpowiada zainteresowaniom | *w książkach bez końca* |
| **WEZWANIE DO DZIAŁANIA** | ***Zacznij dzisiaj*** |
| **Dodatkowe informacje praktyczne** | ***Czas trwania, miejsce etc.*** |

# Dziękujemy!

# Zródła

- PIK
- freepik.com
- canva.com
- facebook.com
- instagram.com
- paweltkaczyk.com