



Marketingowy COVID washing

dr Magdalena Maruszczak

4.03.2021



Lockdown

I. Zmiana organizacji pracy

II. Zmiana strategii

III. Ograniczenie budżetu

IV. Restrukturyzacja kadr

V. Zmiana optyki działania

Nowa rzeczywistość

- I. Zasoby ludzkie
- II. Branża
- III. Budżety
- IV. Zadania
- V. Plany

Trendy

I. Customer Experience - ale także „klientocentryzm”

II. Zaufanie do marki

III. Personalizacja i nanotargetowanie

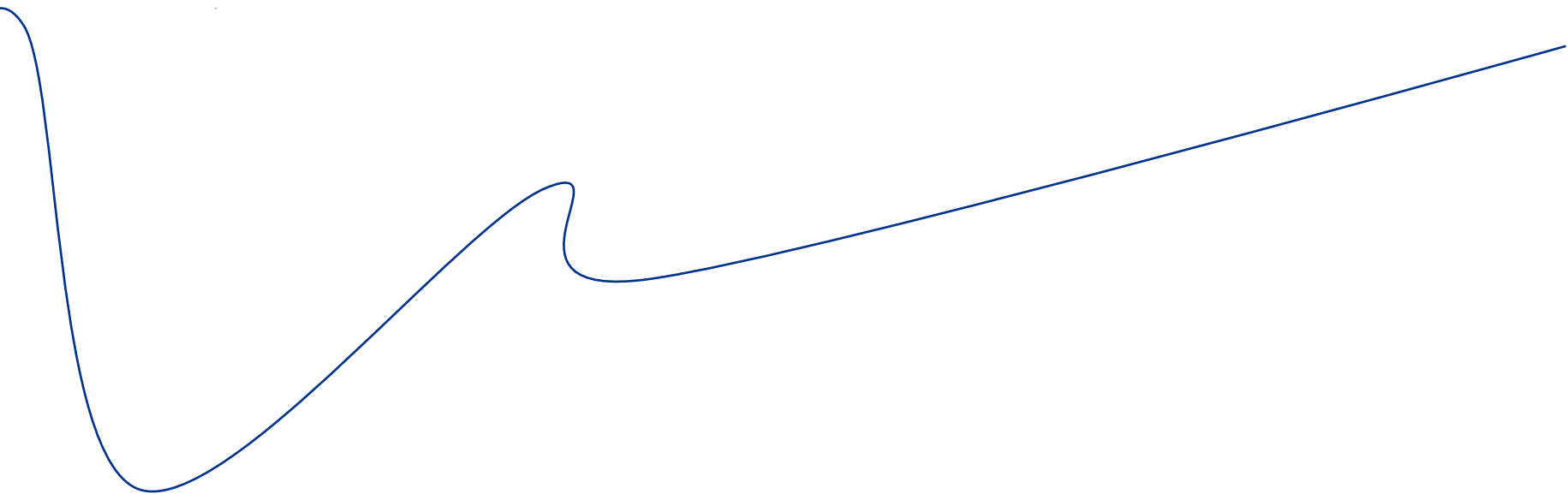
IV. „Czerwony ocean” digital marketingu i w digital marketingu

V. Content marketing - ale także marketingowe IQ

VI. Elastyczność decyzji - a nie długoterminowe strategie marketingowe

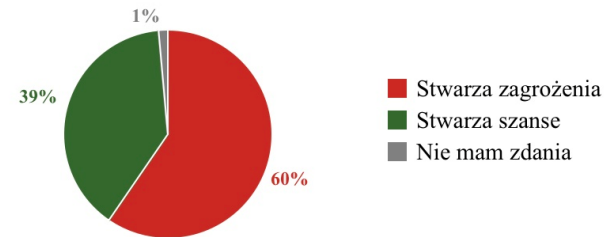
VII. Synergie, social commerce, life commerce, social media

Open-up?

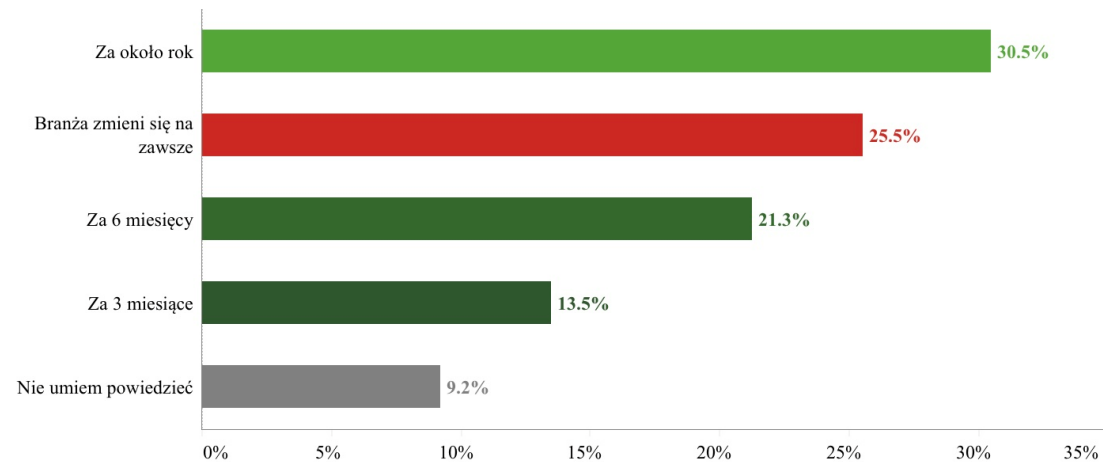


WPLYW PANDEMII NA BRANŻĘ I POWRÓT DO NORMY

Jaki wpływ pandemia będzie miała na branżę marketingową?



Za ile miesięcy branża będzie funkcjonowała tak jak przed pandemią?



Źródło: Raport „Pandemia 2020 i jej konsekwencje dla branży marketingowej”. Magazyn Brief, Shortlist Consulting, DELab



Dziękuję

telefon +48 604496330

email: mmarus@sgh.waw.pl; mmaruszczak@kpmg.pl

KPMG