



KARKONOSKA AKADEMIA  
NAUK STOSOWANYCH

# Budowanie wizerunku uczelni

w czasach pracy hybrydowej

# Paweł Tkaczyk

**Zarabiam na życie  
opowiadaniem historii.**

**Pracowałem między innymi dla  
SONY, HBO, Orange.**



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO





„Nie można połączyć kropek patrząc w przyszłość.  
Można je połączyć jedynie patrząc wstecz.”

- Steve Jobs



# Co zmienił lockdown?

- **Płytkie relacje** (ekran vs. spotkanie)
  - Rozwiązanie:  
więcej płytkich kontaktów, więcej kanałów kontaktu
- **Brak „ostatniej mili”** (konkurujesz z tymi, którzy wcześniej nie byli Twoją konkurencją)
  - Rozwiązanie:  
większa wyrazistość, inwestycja w marki osobiste
- **Zmiana przyzwyczajeń** (więcej online w relacji)

# Źródła przewagi uczelni

- **Produkt** – uczę rzeczy, których nikt inny nie uczy (disco polo)
- **Miejsce** – jestem dostępny tam, gdzie nikt inny nie jest
- **Cena** – w walucie: czas, pieniądze, nerwy
- **Promocja** – jestem pierwszym, który przychodzi do głowy



# Struktura marki uczelni

- **Driver** – powód, dla którego ludzie przychodzą (poprzedni slajd)
- **Punkt wyróżnienia** – „jedyne, który...” Nadać nazwę systemowi nauczania.
- **Transfer autorytetu** – idol, nie autorytet!
- **Eenergizer** – konkurs na łazik marsjański



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO





# 1960

**Time-to-market: 60 miesięcy (5 lat)**



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO





# 1980

**Time-to-market: 36 miesięcy (3 lata)**



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO





**2007**  
**Time-to-market: 18 miesięcy (1,5 roku)**



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



# Brand Loyalty Index

**Oczekiwania konsumentów: +4,5%**  
**Zdolność marek do ich zaspokajania: -9%**



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



# Konsument = Inwestor

Nowe podejście do budowania wartości marki



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

# Konsument = Inwestor

- Oczekuje odpowiedniej relacji cena/wartość dzisiaj.
- Oczekuje odpowiedniej relacji cena/wartość **jutro**.





PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO