

JACEK POGORZELSKI

**DLACZEGO
DOBRE
PRODUKTY
SIĘ **NIE**
SPRZEDAJĄ,
czyli jak działa marketing**

Dlaczego dobre produkty się nie sprzedają,
czyli jak działa marketing

Dlaczego dobre produkty się nie sprzedają,
czyli jak działa marketing

Jacek Pogorzelski

Lublin 2022

REDAKCJA JĘZYKOWA/ Paulina Kowalczyk
KOREKTA/ Alena Androsik LAMBE.PL
SKŁAD, ŁAMANIE/ Szymon Strużyński STUDIOFORMAT.PL
PROJEKT OKŁADKI/ Konrad Rządowski MAZAKI.COM.PL

© Copyright by Jacek Pogorzelski
oraz Wydawnictwo Narracje 2022

ISBN 978-83-965139-0-8 [BLUEFOX]
ISBN 978-83-67049-41-2 [NARRACJE]

BLUE FOX Sp. z o.o. | al. Kraśnicka 31/303, 20-718 Lublin
+48 537 620 650, office@bluefox.com.pl
NARRACJE/ Solna 4/9, 20-021 Lublin | 728 352 141
DRUK/ „elpil” ul. Artyleryjska 11, 08-110 Siedlce

Spis treści

- 7 Wstęp
- 11 Dlaczego dobre produkty się nie sprzedają?
- 15 Co to jest wartość klienta?
- 19 Jak ułożyć portfel marek i produktów?
- 24 Jak zarządzać marką?
- 28 Jak znaleźć mocny insight konsumenta?
- 31 Jak wyróżnić markę?
- 35 Jak się tworzy nową kategorię?
- 40 Jak zarządzać kategorią?
- 44 Ile korzyści może zawierać pozycjonowanie marki?
- 49 Jak wywoływać emocje?
- 53 Co daje marce osobowość?
- 57 Jak projektować osobowość marki?
- 61 Jak budować markę opartą na wartościach?
- 65 Jak udowodnić, że inwestycja w markę się opłaca?
- 70 Która architektura marki jest najlepsza?
- 74 Jak zrewitalizować markę?
- 78 Jak działa storytelling?
- 84 Jaki content jest najskuteczniejszy?
- 89 Jak zarządzać doświadczeniem klienta?
- 99 Po co robić badania marketingowe?
- 104 Dlaczego ludzie robią coś innego, niż deklarują?

- 108 Dlaczego trafne argumenty nie przekonują do zakupu?
- 112 Dlaczego promocja nie wystarcza do osiągnięcia sukcesu?
- 116 Jak analizować konkurentów?
- 120 Co to jest strategia marketingowa?
- 126 Które wskaźniki marketingowe są najważniejsze?
- 132 Co charakteryzuje dobrego marketingowca?
- 136 Jak uprawiać marketing, gdy nie jest się wielką korporacją?
- 140 Jak ciąć koszty?
- 144 Co robić, jeśli nic nie działa?
- 148 Jakich błędów popełnianych w marketingu unikać?
- 152 Jak czytać, żeby zdobywać wiedzę?

Marketing jest tak rozległą dyscypliną, że trudno zgłębić go kompletnie. Starając się poznać jego niuanse, można przeoczyć kwestie fundamentalne. Są pytania, które wydają się tak podstawowe, że każdy powinien znać na nie odpowiedź. A jednak okazuje się, że te odpowiedzi są ogólne, intuicyjne, niepełne. Można mnóstwo razy słyszeć o tworzeniu nowej kategorii i nie wiedzieć, na czym ono polega. Można uczestniczyć w warsztatach na temat osobowości marki i nie umieć jej projektować. Można na co dzień zajmować się storytellingiem i nie wiedzieć, jak funkcjonuje.

Moim celem jest umożliwienie Ci przejścia ze stanu „coś słyszałem” do stanu „rozumiem”. Książka, którą trzymasz, to rozbudowana sesja pytań i odpowiedzi, w której każde pytanie jest ważne, a każda odpowiedź maksymalnie prosta i praktyczna. Czytasz niewiele, a rozumiesz wiele.

To nie jest kolejny podręcznik marketingu, lecz skierowany do praktyków poradnik rozumienia marketingu. Niezależnie do tego, czy zajmujesz się marketingiem, czy tylko chcesz go zrozumieć, znajdziesz tu wiele pomocnych informacji.

Jacek Pogorzelski



ISBN 978-83-965139-1-5

