

balkono *centryzm*



**CZYLI JAK ZAKTYWIZOWAĆ
ODBIORCÓW W CZASACH PANDEMII**

balkono *centryzm*

Miliony polskich mieszkaniowych balkonów. Jeszcze miesiąc temu miejsca na tzw. „dymek” i wywieszenie prania, dziś, w dobie koronawirusa ostatni bastion łączący Twoich klientów ze światem zewnętrznym.

Właśnie tak, balkon to jedyny „zewnątrzny” element niezależności, miejsce, gdzie możemy obserwować świat tak, jak dawniej, ale bez strachu o zdrowie swoje i bliskich.

Balkon to teraz tak naprawdę (szczególnie w mieście) i szczególnie na wiosnę, miejsce w którym dbamy o nasze dobre samopoczucie, dzielimy się ze światem swoim życiem, spełniamy swoje pasje. Jednym słowem, balkon to dla konsumentów miejscówka, w której warto być.

**Koronawirusowe
Zakazy i obostrzenia**



**Piękna wiosenna
pogoda**



**Balkon jako nowe centrum
zarządzania światem**



Marketerze, z naszego raportu dowiesz się,
jak wykorzystać balkonocentryzm w aktualnej
komunikacji swojej marki.

1. Poznasz **4 potrzeby konsumenckie**, na które możesz odpowiedzieć komunikując się poprzez motyw balkonu.
2. Dowiesz się, jak twoja marka może skorzystać z balkoningu **w komunikacji ze swoimi odbiorcami.**

Nie ma co ukrywać, w ciągu kilku najbliższych tygodni, a nawet miesięcy balkony (obok ogrodów, które posiadają właściciele domów – szczęściarze) staną się realną namiastką życia „na zewnątrz”, dlatego warto wykorzystać zainteresowanie tym „miejscem” wśród konsumentów.



Źródło: instagram

POTRZEBA 1

dotlenienia oraz „wyjścia” na świeże powietrze

Kontakt z naturą, świeżym powietrzem i promieniami słońca stanowi fundamentalną potrzebę utrzymania dobrego zdrowia fizycznego oraz mentalnego każdego człowieka. Obecnie parki, bulwary i skwery musi zastąpić w wielu przypadkach balkon. Samo „Droży klienci, wychodźcie na balkon” nie stanowi gorącej i unikalnej porady dla odbiorców. Musisz sięgnąć głębiej.

**Bądź ekspertem od „spędzania czasu na balkonie”,
rozłóż je na czynniki i doradzaj swoim odbiorcom:**

1. jak długo powinno trwać balkonowanie
2. w jakich godzinach
3. jak się ubrać (tak, to ważne!)
4. jak przygotować balkon na spędzenie na nim czasu
5. aktywizuj: twórz konkursy i akcje, które mają za zadanie wspierać „dobre” nawyki balkonowe.



W JAKICH BRANŻACH TEN KIERUNEK SIĘ SPRAWDZI?



HEALTH&WELLNESS

Kąpiele słoneczne, wietrzenie, wsłuchiwanie się w dźwięki natury. Jako marka dbająca o dobre samopoczucie swoich klientów, wybierz prozdrowotny aspekt balkonowania, który będzie idealnie odpowiadał profilowi oferowanych przez Ciebie produktów. Pamiętaj, w tym przypadku zdrowie to podstawowy komunikat!



Źródło: instagram

MOTHER & BABY

Świeże powietrze w formie spaceru od zawsze zalecane jest mamom i ich pociechom. Tym razem parkowe alejki musi zastąpić balkon. Spraw, by Twoja marka stała się ekspertem od spędzania czasu maluszka i jego mamy na balkonie.



INNE

Wszystkie marki, które chcą pokazać, że dbają o dobre samopoczucie fizyczne i mentalne swoich klientów mogą korzystać z balkonowego trendu do woli: usługi; finanse, ubezpieczenia, banki itp.

KANAŁY KOMUNIKACJI, KTÓRE SPRAWDZĄ SIĘ W TYM ASPEKTCIE?

MDI



ale również tv i radio!

POTRZEBA 2

odskocznia od domowego życia:
substytut ulubionych miejsc

Ile byśmy dali, by móc teraz wyjść do ulubionej restauracji lub napić się dobrego piwa w pubowym ogródku.

Gdy „dom” obecnie stanowi zarówno miejsce życia prywatnego, jak i pracowniczego, odbiorcom ciężko jest oddzielić te dwie sfery. Balkon może spełnić ich potrzebę „wyrwania się” od codziennych obowiązków. Być substytutem ulubionych miejsc. Wystarczy dobrze zagospodarować go do nowej roli. W jakie miejsce je przekształcić? To zależy tylko i wyłącznie od Twojej marki!



W JAKICH BRANŻACH TEN KIERUNEK SIĘ SPRAWDZI?



Źródło: instagram



Źródło: instagram



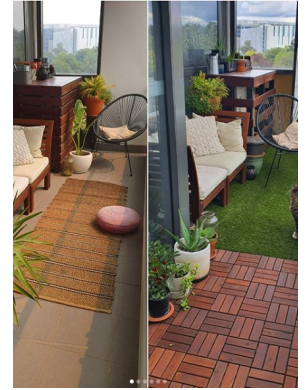
Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram

GASTRONOMIA ORAZ MARKI FMCG

Odtwórz dedykowane miejsce spożywania posiłku na balkonie!

Restauracja: przedstaw swoje menu w ujęciu „restauracji balkonowej”

– w myśl zasady „Ty stworzysz klimat, my zajmiemy się resztą”

FMCG: zaproponuj przepis z użyciem Twoich produktów np. na romantyczną kolację na balkonie lub kawiarnianą chwilę z książką.

WYDAWNICTWA, KSIĘGARNIE ORAZ... WYPOSAŻENIE WNĘTRZ

Pomóż swoim odbiorcom stworzyć klimatyczne miejsce do celebrowania dobrej lektury. A gdy jesteś marką wnętrzarską, doradź jak stworzyć odpowiedni klimat czytelnicy, kawiarni czy restauracji balkonowej.

Wskazuj rozwiązania, jak przekształcić przestrzeń, dobrać dodatki, by stworzyć odpowiedni klimat.

KANAŁY KOMUNIKACJI, KTÓRE SPRAWDZĄ SIĘ W TYM ASPEKTCIE?



POTRZEBA 3

potrzeba samodoskonalenia i kreatywnego spędzania wolnego czasu

Kiedyś skończą się zaległe prania, mycie okien i porządkowanie biurka. Przyjdzie czas na tzw. co dalej?

W pierwszej kolejności Twój odbiorcy sięgną po dawno obiecane sobie, ale nieustannie odkładane postanowienia. Samodoskonalenie, majsterkowanie, dekorowanie. Już wkrótce balkony mogą zamienić się w miniaturowe warsztaty i salony domowych twórców oraz punkty treningowe. Nie może w nich zabraknąć i Twojej marki

Źródło: instagram



W JAKICH BRANŻACH TEN KIERUNEK SIĘ SPRAWDZI?

Gdy nie możesz bezpośrednio sprzedawać swoich produktów w online (jeśli masz taką szansę, ale z niej nie korzystasz, możesz sięgnąć do naszego poradnika sprzedażowego [>>kliknij tutaj<<](#)), postaraj się o stworzenie oferty zastępczej w postaci unikalnej wiedzy, którą możesz się dzielić z innymi np. w Social Media. Oczywiście, pomysły te sprawdzają się również wśród marek, które doskonale radzą sobie z e-commerce.

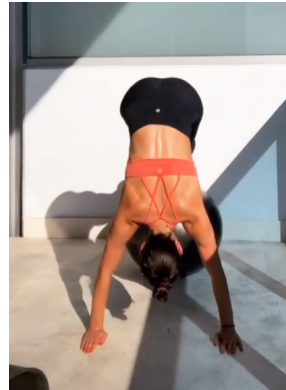
Myślisz, że balkon to ograniczone pole do działania?

MARKI KOSMETYCZNE & WELLNESS

To na balkonie klientki mogą stworzyć swoje małe spa lub salon kosmetyczny. Nic tak nie sprzyja regeneracji jak świeże powietrze. Zaproponuj swoim klientkom dedykowany rytuał, który mogą wykonać za pomocą Twoich produktów.

FITNESS&SPORT

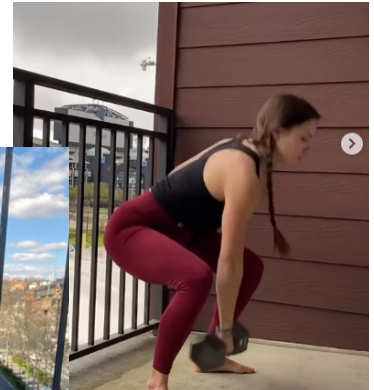
Obita Ci się o ucho historia sportowca, który przebiegł maraton na balkonie? Zaproponuj swoim odbiorcom sportowy, balkonowy challenge – codziennie inny, by trening był skuteczny!



Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram

KANAŁY KOMUNIKACJI, KTÓRE SPRAWDZĄ SIĘ W TYM ASPEKCIE?

W JAKICH BRANŻACH TEN KIERUNEK SIĘ SPRAWDZI?

Gdy nie możesz bezpośrednio sprzedawać swoich produktów w online (jeśli masz taką szansę, ale z niej nie korzystasz, możesz sięgnąć do naszego poradnika sprzedażowego >>kliknij tutaj<<), postaraj się o stworzenie oferty zastępczej w postaci unikalnej wiedzy, którą możesz się dzielić z innymi np. w Social Media. Oczywiście, pomysły te sprawdzają się również wśród marek, które doskonale radzą sobie z e-commerce.

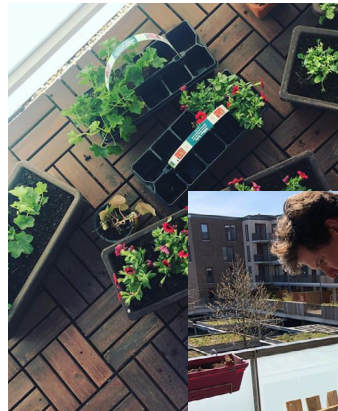
Myślisz, że balkon to ograniczone pole do działania?

NATURALNE DNA

Jeżeli w DNA Twojej marki jest naturalność i ekologia, postaraj się wesprzeć fanów Twojej marki działaniem na rzecz natury. Bez wychodzenia z domu. Pokaż im, jak można zagospodarować balkon, by stał się on naturalną oazą.

INNE

Bądź ekspertem w swojej dziedzinie. Dziel się wiedzą, dostosowując ją do warunków, w których przebywa odbiorca Twojej marki. Uwierz nam, istnieją dziesiątki pomysłów, które możesz wykorzystać, a które zagwarantują zwiększone zainteresowanie odbiorców Twoją marką.



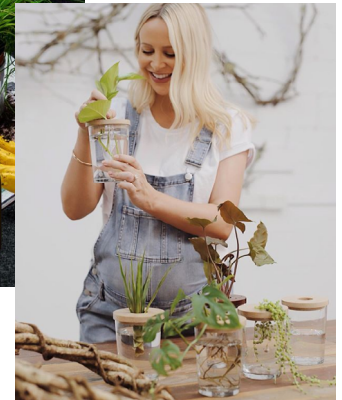
Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram

KANAŁY KOMUNIKACJI, KTÓRE SPRAWDZĄ SIĘ W TYM ASPEKCIE?



POTRZEBA 4

potrzeba manifestowania własnego
ja oraz dzielenia się swoim życiem z innymi

Temat relacji międzyludzkich w dobie koronawirusa to materiał na osoby raport, ale blisko niego znajduje się inne zagadnienie. W tym zestawieniu chcemy wskazać Ci, że jedna rzecz w naszych zachowaniach się nie zmieniła – potrzeba pokazywania siebie i dzielenia się swoim życiem.

Balkon jest nowym parkiem, w którym zrobię fotkę mojego outfitu, pokażę opalone przez „balkonowe słońce” nogi, czy zaprezentuję nowy odcień szminki, który właśnie wskoczył do drogerii.

Tej kategorii balkonocentryzmu nie powinna lekceważyć żadna marka. Witamy na balkonach pokazowych!



Źródło: instagram

SOCIAL LIFE MUSI TRWAĆ!



Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram



Źródło: instagram

MODA & STYL

Moda musi trwać!

Może Twoi klienci weszli do swoich domów w zimowych płaszczach, ale za jakiś czas wyjdą w letnich sukienkach i koszulkach z nowych kolekcji. Spraw, by balkon stał się idealnym miejscem do prezentowania outfitów z wykorzystaniem projektów Twojej marki. Twórz akcje, które zachęcą do dzielenia się własnym lookiem w balkonowym świetle.

MAKEUP & KOSMETYKI

Ostatnim krzykiem mody jest no makeup makeup, ale ile można przechodzić z obojętną miną obok kuferka pełnego kolorówek? Zaproponuj challenge, w którym Twoje klientki będą musiały stworzyć makijaż inspirowany widokiem z okna lub balkonu. Efekt może Cię zaskoczyć.

KANAŁY KOMUNIKACJI, KTÓRE SPRAWDZĄ SIĘ W TYM ASPEKCIE?



Życie Twoich klientów, choć pozbawione wielu udogodnień i pełne trosk, musi trwać. Markom jeszcze nigdy nie zdarzyło się być tak blisko klientów jak obecnie. Warto wykorzystać tę szansę. Wstuchuj się w potrzeby, wybieraj momenty i okazje, w które wpasujesz przekaz swojej marki. Jedno jest pewne – musisz działać szybko, sprawnie, tu i teraz.

SPODOBAŁ CI SIĘ NASZ RAPORT?

Jeżeli któreś z przedstawionych zagadnień jest dla Ciebie szczególnie interesujące i chciałbyś je rozwinąć w działaniach własnej marki, nie czekaj, skontaktuj się z nami.

Przygotujemy dla Ciebie dedykowane rozwiązanie, zgodnie z aktualnymi potrzebami Twojej marki.



Urszula Konopacka

Business Development Director

u.konopacka@mdigroup.pl

mobile: +48 533 353 939