



posnania

#ALL ABOUT YOU

LINIA KREATYWNA - IKONY

DYREKTOR MARKETINGU ROKU XIII
Zespół Marketingu Roku 2024

Zespół

Chcemy powiedzieć
o sobie więcej...
zapraszamy na film!

VIDEO

<https://youtu.be/E55VHj59NWA>



GABRIELA BĄCZKIEWICZ

Marketing Event Coordinator

Koordynatorka niezapomnianych wydarzeń i specjalistka od budowania lojalności klientów. Zawsze znajduje niestandardowe rozwiązania, sprawnie zarządza nawet najbardziej wymagającymi projektami eventowymi, traktując wyzwania jako szanse na rozwój i kreowanie wyjątkowych doświadczeń.

JUSTYNA URBANOWICZ-JAŚNIAK

Senior Customer Services Coordinator

Ekspertka w obszarze Customer Experience. Odpowiada za koordynację usług oferowanych klientom Poznaniioraz działania PR. Posiada tytuł certyfikowanego koordynatora ds. dostępności, co podkreśla jej zaangażowanie w zapewnianie komfortu wszystkim odwiedzającym.

NATALIA NAWROCKA

Marketing & Digital Marketing Manager

Kreatywna pasjonatka marketingu z wyczuciem estetyki i świetnym zrozumieniem trendów. Specjalizuje się w tworzeniu spójnych strategii komunikacyjnych oraz angażujących treści na różnorodne platformy social media, skutecznie budując wizerunek marki.

AGNIESZKA JUSZKIS

Marketing Director

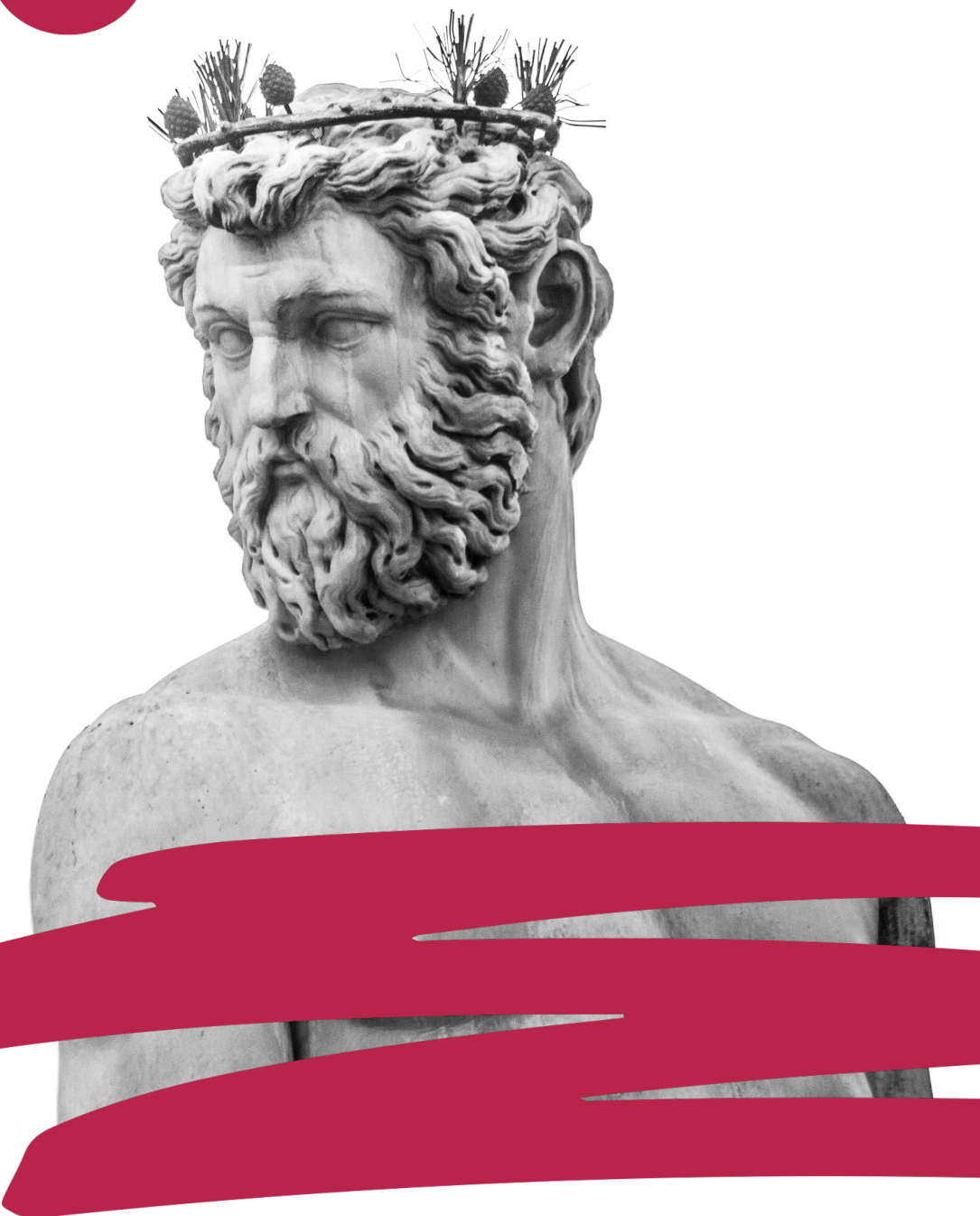
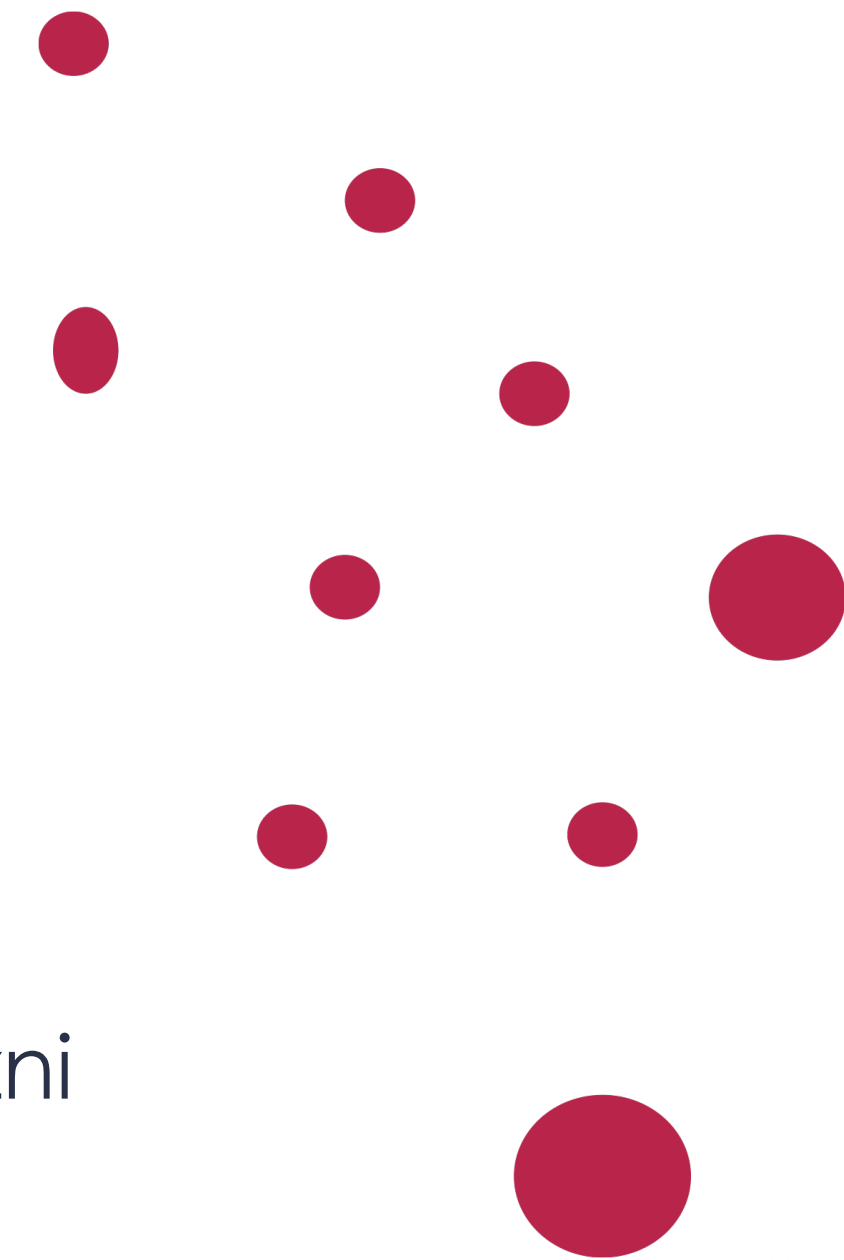
Od 15 lat z sukcesem buduje pozycjonowanie, rozpoznawalność i customer experience centrów handlowych. Od 8 lat kieruje strategią oraz działaniami komunikacyjnymi Poznani – jednego z największych centrów handlowych w Polsce, które rocznie odwiedza aż 14 milionów klientów.





Wyzwania

- Mentalność Poznaniaków - poważni i praktyczni
- Klienci mają mniej pieniędzy
- Kryzys
- Potrzeba dodatkowej rozrywki
- Mało budżetowych eventów
- Potrzeba poczucia przynależności do lokalnej społeczności



Cel

**MAKE SHOPPING
IN POSNANIA FUN
AGAIN**



Fundamenty

DODANA WARTOŚĆ EMOCJONALNA

Pozytywne emocje: „Czuję się więcej, niż mile widziany. To miejsce, gdzie naprawdę troszczą się o mój komfort. To moje miejsce.”

PERSPEKTYWA KLIENTA:
To MOJE miejsce

DODANA WARTOŚĆ PRODUKTOWA

Dodatkowe funkcje: „Doświadczenie zakupów staje się inne, ale w pozytywnym znaczeniu. Dla mnie i dla mojej rodziny.”

DNA MARKI:
Dbamy o KAŻDEGO klienta

BAZA

Regularna oferta centrum handlowego, czyli produkty i marki potrzebne do codziennego funkcjonowania. Zakupy funkcjonalne, podporządkowane podstawowym potrzebom.

Strategia

JESTEŚMY DLA CIEBIE



posnania
#ALL ABOUT YOU

DAJEMY CI NAJLEPSZE
ZAKUPOWE DOŚWIADCZENIE,
A DO TEGO HUMOR I
PRZYJEMNOŚĆ NA
WYCIĄNIĘCIE RĘKI

SKUPIAMY SIĘ NA TWOICH
POTRZEBACH

WIDZIMY TWOJĄ SILNĄ
EMOCJĘ ZWIĄZANĄ
Z POCZUCIEM LOKALNOŚCI

W ciągu 7 lat...

... Posnania realizowała strategię bazy, czyli innowacji produktowych, poszerzania portfolio najemców oraz jak najlepszego wypełniania podstawowego kalendarza zakupowego.

W nowej platformie skupiliśmy się na wartościach emocjonalnych związanych z lokalnością i przynależnością do poznańskiej społeczności.



Big Idea

Linia kreatywna z ikonami Poznania

Pomysł

Poznań jest pełen ikonicznych symboli, które od razu kojarzą się z miastem. Poznania to jedyny taki ośrodek, który w swojej nazwie czerpie z poznańskiego charakteru. Dlatego w tym roku Poznania postawiła na silniejszą integrację z miastem, dzięki **nowej linii wizualnej opartej na symbolach miasta** oraz działaniach z lokalną społecznością twórców.

Rozwiązanie

Ikony miasta! Wybieramy największe poznańskie symbole i dostosowujemy je do komunikacji wizualnej. **Tworzymy własną grafityzację najbardziej znanych miejsc i budynków**, która będzie istotna dla wszelkich działań w Poznaniu: PR, eventach, ESG oraz kampaniach OOH i digital.

Ikonografia

AUTORSKI JĘZYK



Kluczem narracji nowej linii kreatywnej stało się słowo **IKONA**, które wyraża zarówno **ikoniczność Poznania**, ale także jej miejsce pośród symboli Poznania.



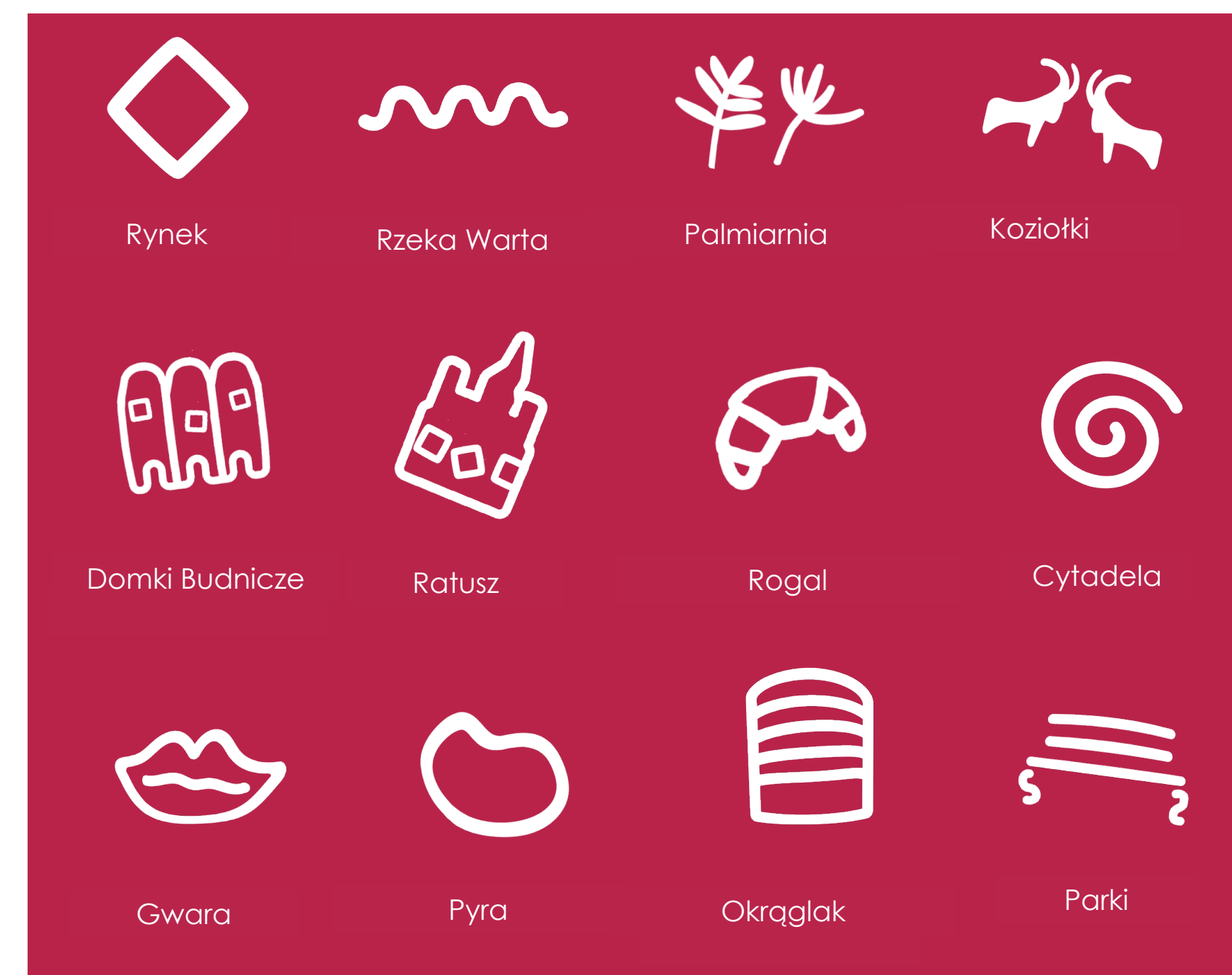
Fundamentem nowej linii kreatywnej stał się **autorski język marki**, stworzony specjalnie na potrzeby nowej komunikacji. Przedstawił on wizualnie wszystkie najważniejsze ikony Poznania.



Elementami graficznymi, które stworzyły podstawę wizualną linii stały się **kultowe poznańskie miejsca i budynki**.



Wersja kolorowa i monochromatyczna



Etap 1

NAUKA NOWEGO JĘZYKA



Nauka nowego języka

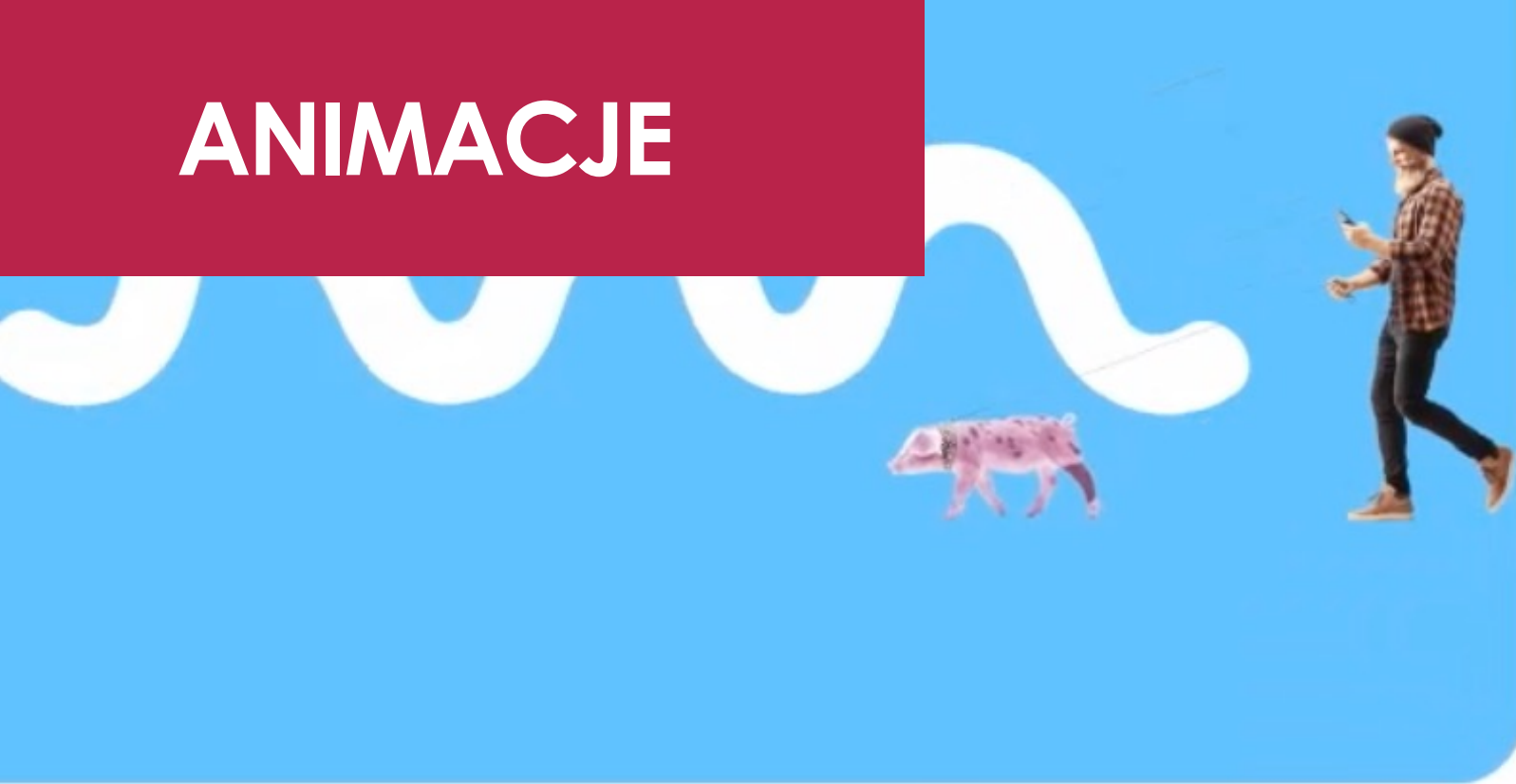
TEASER

Początkiem ewolucji lidera w prawdziwą ikonę i kreatora trendów była animowana kampania teaserowa. W lutym Poznania emitowała na ekranach wewnątrz centrum **serię animacji**, która objaśniała klientom znaczenie każdego graficznego symbolu, który został zawarty w puli ikon nowej linii kreatywnej.

Dzięki temu, jeszcze przed finalną egzekucją nowej komunikacji, nauczyliśmy klientów Poznania nowego języka, którym będziemy się od tej pory posługiwać. Dla każdej z ikon, czyli kolejno **Stary Rynek, Warta, Palmiarnia, Koziółki, Domki Budnicze, Ratusz, Rogal Świętomarciński, Park Cytadela, Gwara poznańska, Pyra, Okrąglak i Parki poznańskie**, została stworzona osobna animacja wprowadzająca w klimat nowego wizerunku wizualnego marki.



ANIMACJE

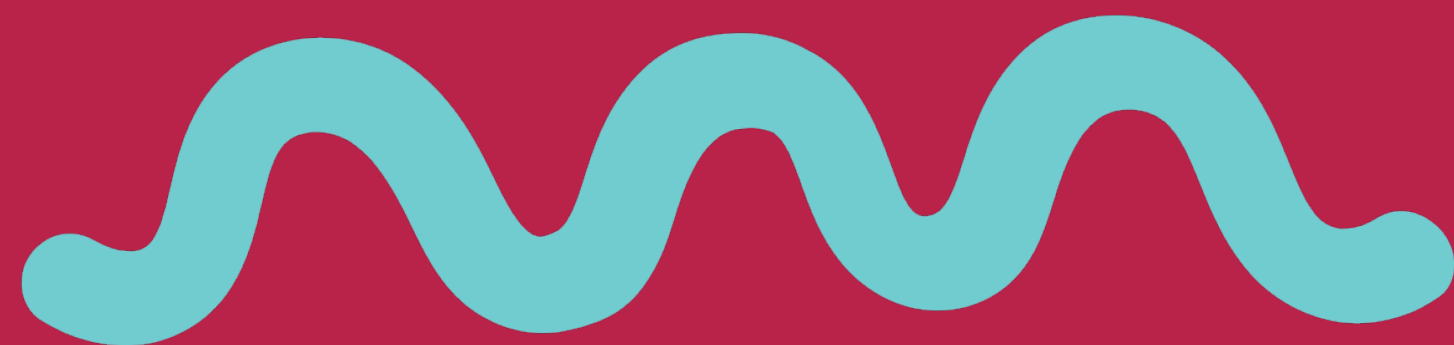


VIDEO
<https://www.youtube.com/watch?v=jem7-IYxMUY>



Etap 2

KAMPANIA ZASIĘGOWA



Kampania zasięgowa

VSPANIAŁA LOTERIA

Marzec minął pod znakiem kampanii zasięgowej. Jej głównym punktem była loteria. Do wygrania były **2 włoskie skutery Vespa oraz wycieczka do Włoch**. Dobór nagród nie był przypadkowy. To odpowiedź na potrzeby mieszkańców Poznania. Ikoniczny model skutera pokazany został jako idealny **środek alternatywnego transportu dla kompaktowego miasta, jakim jest Poznań**.

Cała linia kreatywna, jak i ta kampania miała na celu otworzyć praktycznych i z reguły poważnych poznaniaków na radość z zakupów. Oprawa graficzna pokazała całe spektrum wizualnej koncepcji kampanii na wielu różnorodnych formatach. Event dopełnił **złot Vesp**, który powstał dzięki współpracy Poznania z **lokalnym stowarzyszeniem miłośników Vesp**. Etap ten był pierwszym krokiem do wdrożenia naszej komunikacji na szeroką skalę zasięgową.





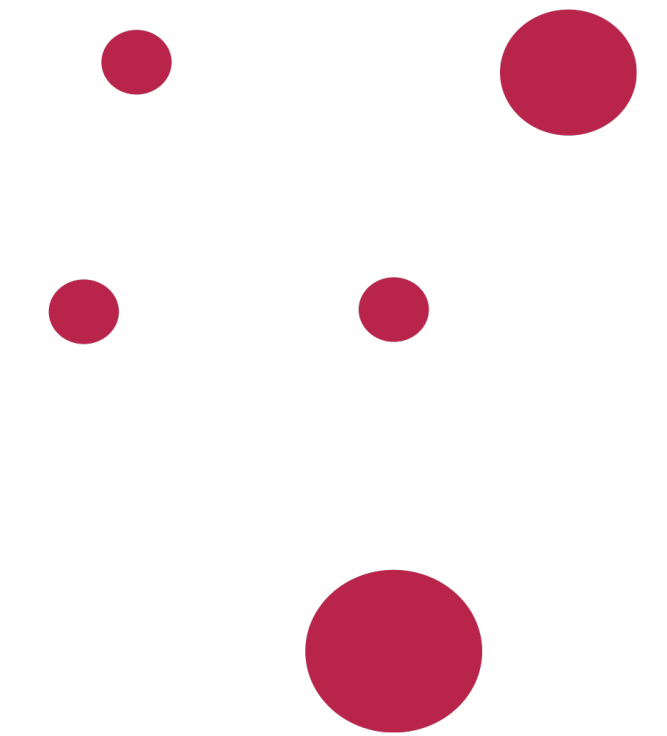
posnania
#ALL ABOUT YOU

VSPANIAŁA LOTERIA

2 SKUTERY,
WYCIECZKA DO WŁOCH,
415 KART PODARUNKOWYCH

Rób zakupy w Posnanii i wygrywaj!
Loteria trwa od 10-25 marca.
Szczegóły na posnania.eu

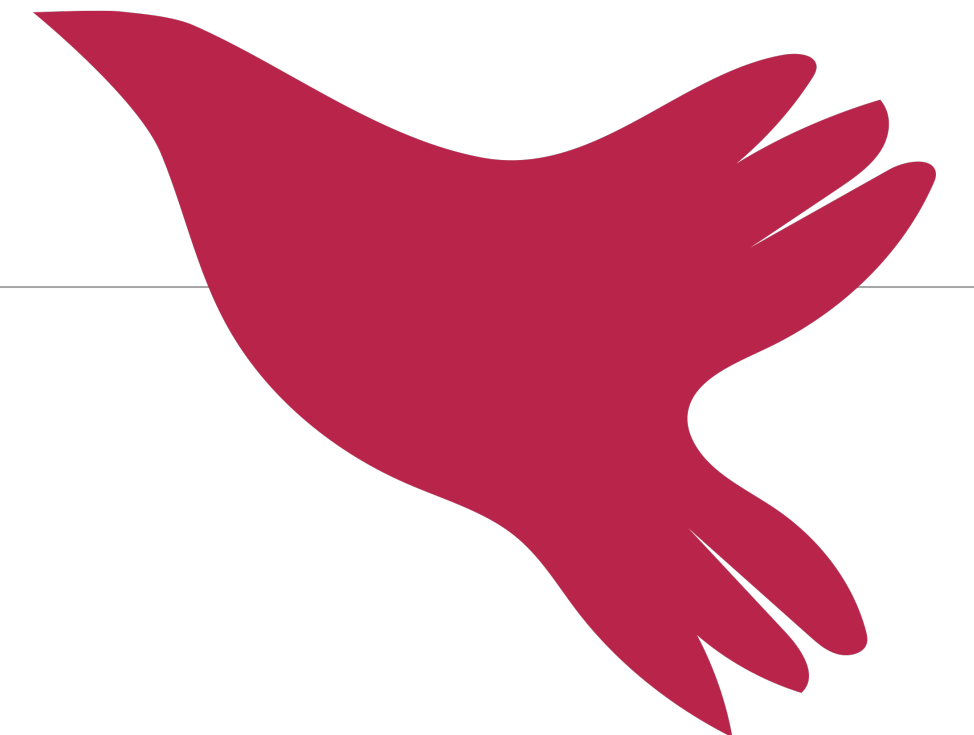




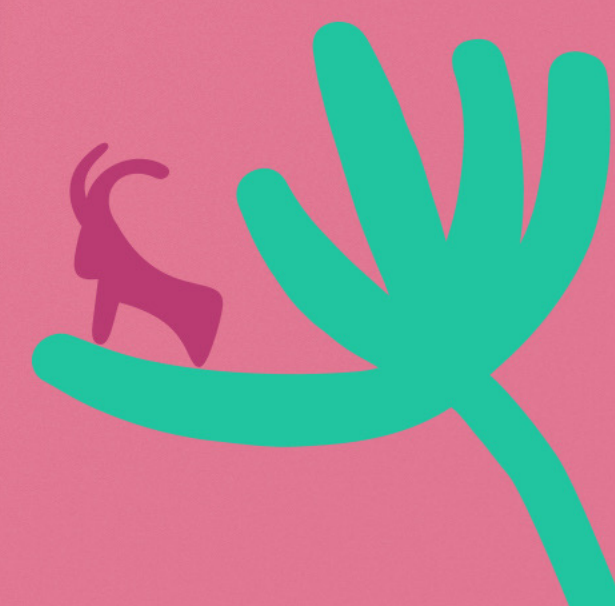
Pani *Katarzyna Kuryś*

Odjazdowa nagroda w loterii jest Twoja!
Gratulujemy i niech felicity trwa we Włoszech!

Posnania

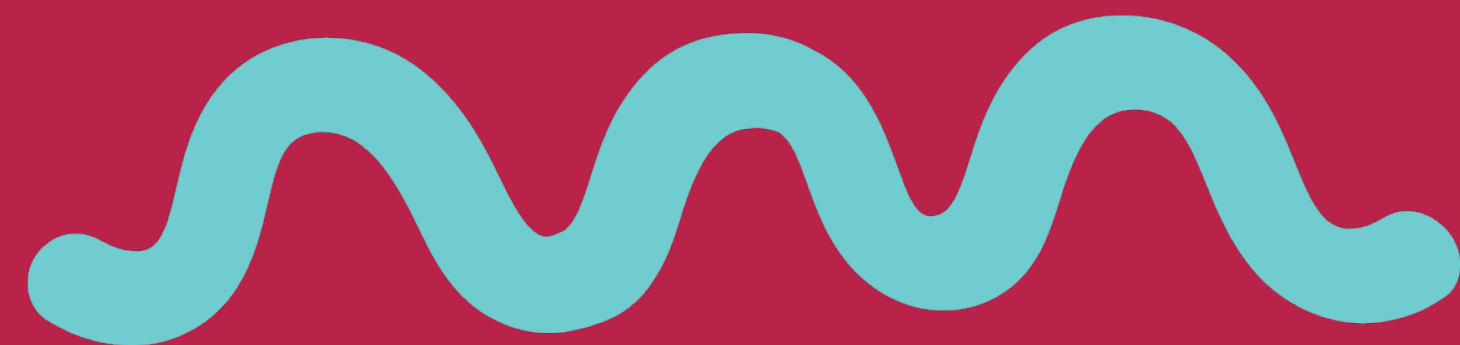


EVENT



Etap 3

ROZSZERZANIE KONTEKSTÓW



Rozszerzanie kontekstów



MALTANKA

W kwietniu Poznania stała **się oficjalnym opiekunem kultowej Maltanki** – znanej wszystkim mieszkańcom poznańskiej ikony. Wąskotorowa kolejka parkowa wożąca dzieci do poznańskiego ZOO od 1972 roku (!) otworzyła kolejny sezon letni 26 kwietnia 2023 roku. Poznania obrandowała specjalnie przygotowanymi grafikami perony, stacje kolejki i jej wnętrze oraz przeprowadziła **renowację garażu kolejki. Na jego ścianie pojawił się mural przedstawiający mozaikę stworzoną z ikon.**

Dzięki plastyczności naszego języka, ich podstawowy zbiór powiększył się o specjalnie na tę okazję zaprojektowany **symbol Maltanki**. Aby utrzymać konwencję lokalności, sam mural został namalowany przez **poznańskich artystów**, specjalizujących się w tej odnodze sztuki.



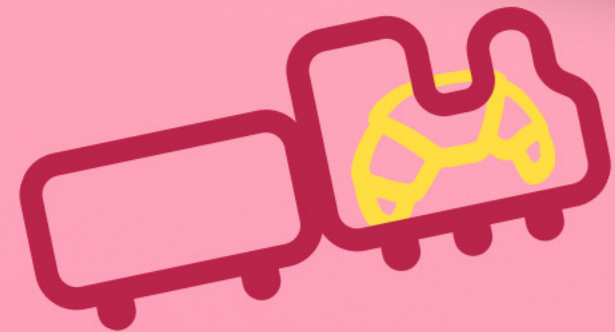
POSNANIA OPIEKUNEM MALTANKI!

Po zakupach zapraszamy
na radosną przejażdżkę!

Szczegóły na posnania.eu



EVENT



Rozszerzanie kontekstów

MERCH

Uniwersalność linii kreatywnej opartej na symbolach dała również dużo pola do popisu przy tworzeniu **własnego merchu marki Poznania**. Powstała **sygnowana ikonami linia gadżetów** np. kubków, płóciennych toreb, smyczy i koszulek, które wykorzystywane były w akcjach typu „buy&get” oraz jako prezenty w akcjach charytatywnych.

Tym samym zalaliśmy Poznań radosną twórczością, która dzięki swojej uniwersalności mogła być **indywidualnie dopasowywana do danej akcji**. Nasz autorski język miał różne oblicza – kolorowe ikony na Dzień Dziecka i akcje dla najmłodszych, monochromatyczna opcja dla starszego targetu oraz złote ikony premium, które wykorzystaliśmy przy działaniach na Black Friday.

MERCH





Rozszerzanie kontekstów

GRA TERENOWA

Współpraca z MPK zaowocowała czerwcową akcją na Dzień Dziecka. **Ulicami Poznania ruszył specjalny obrandowany w ikony tramwaj.** Jeżdżąc tramwajem, najmłodszy mieszkańcy Poznania grali w autorską grę przygotowaną przez Posnanię, polegającą na znalezieniu i odhaczeniu na specjalnych kartach wszystkich ikon Poznania.



WSZYSTKIEGO NAJSŁODSZEGO DZIECIAKI!

Przyjdź do Posnania w dniach
29.05-3.06 i sprawdź słodkie atrakcje
z okazji Dnia Dziecka.

Na najmłodszych czekają:

warsztaty cukiernicze ● dmuchane zamki
darmowa wata cukrowa ● zabawy z nagrodami

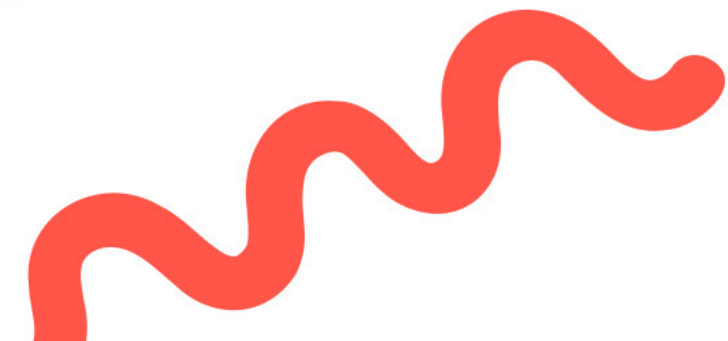
Szczegóły na posnania.eu



EVENT



חגיגות יום הולדת 10



Rozszerzanie kontekstów

KONKURS

Na przełomie czerwca i lipca 2023 został ogłoszony konkurs dla młodych wielkopolskich artystów. **Zadaniem uczestników konkursu była, oryginalna, nowoczesna interpretacja ikon Poznania w formie muralu**, która pozwoli poznaniakom na nowo pokochać miejskie symbole. Nagrodą w konkursie była realizacja projektu w gigantycznej skali na jednej ze ścian poznańskich kamienic. **Na konkurs wpłynęło ponad 60 zgłoszeń**. We wrześniu rozstrzygnięto konkurs i wyłoniono 12 laureatów.





KONKURS DLA MŁODYCH TWÓRCÓW

Malujesz? Tworzysz grafiki?
Twoja kreatywność nie ma granic?
Zaprojektuj swoją interpretację symboli
Poznania i wygraj iPada PRO!
A Twoja praca może znaleźć się
na muralu i wystawie.

Szczegóły na posnania.eu



SOME



poznania_ · Obserwuj
Poznan

poznania_ Jeśli tworzenie grafik to Wasza pasja, mamy dla Was super konkurs, w którym możecie wygrać IPada PRO 📱, a Wasz projekt zostanie zrealizowany jako mural na ścianie Poznania! 🥳
Stwórzcie nowoczesną interpretację symboli Poznania 🦌, a zgłoszenia wysyłajcie do 31.07.2023 na adres pr@cheersstories.pl! 📧

#symbolepoznania #konkurs
#konkurspoznania
#konkursznagrodami
#wygrajnagrody #supernagrody
#miastopoznan #poznan

Edytowany · 50 tyg.



Liczba polubień: 245
18 lipca 2023



VIDEO

https://youtube.com/shorts/zjcQx6klf_mY

JEŻELI WYGRASZ

Etap 4

POWIĄZANIE Z MODĄ





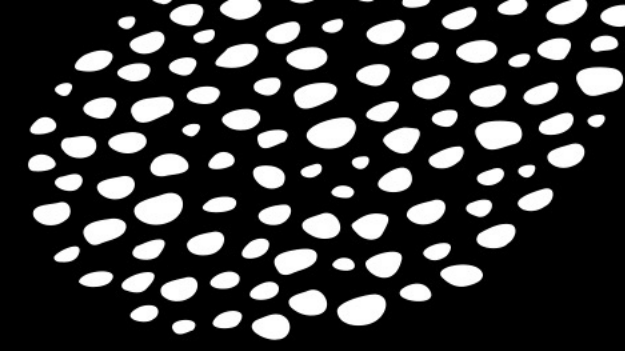
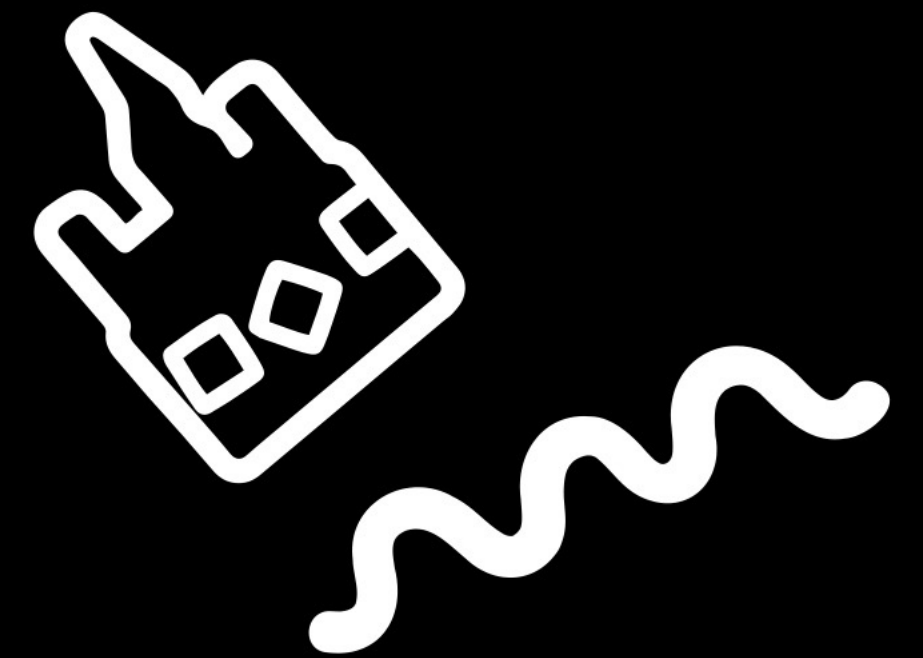
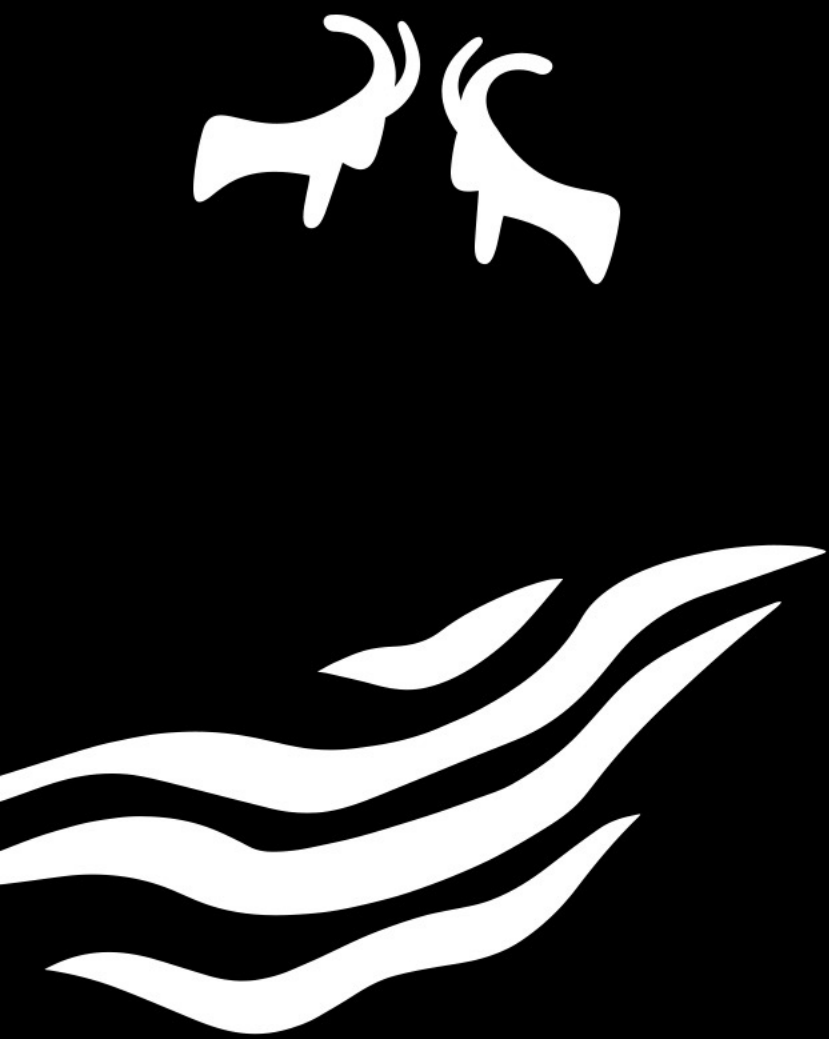
Powiązanie z modą

MAGAZYN

Nasz ikoniczny język został przeniesiony na kolejną płaszczyznę komunikacji – magazyn Poznania. **Wrześniowe wydanie zawierało inkluzywną sesję zdjęciową, której bohaterami byli nasi lokalni klienci.** Każda scenografia sesji dotyczyła innej ikony.

Pokazanie ikon w czarno-bieli, w bardzo minimalistycznej i monochromatycznej wersji podkreśliło fakt, jak bardzo jest to plastyczny kod graficzny, który można dopasować do danej potrzeby. Zarówno, jeżeli chodzi o target odbiorcy, jak i o klimat wydźwięku komunikatu.

Materiały z sesji w formie zdjęć oraz video, zostały wykorzystane także w mediach społecznościowych Poznania.



SOME



IKONY

Posnania



VIDEO

<https://youtube.com/shorts/YsvtF3ebjnM>



REELS

VIDEO

<https://youtube.com/shorts/mUt1OoC3AS0>



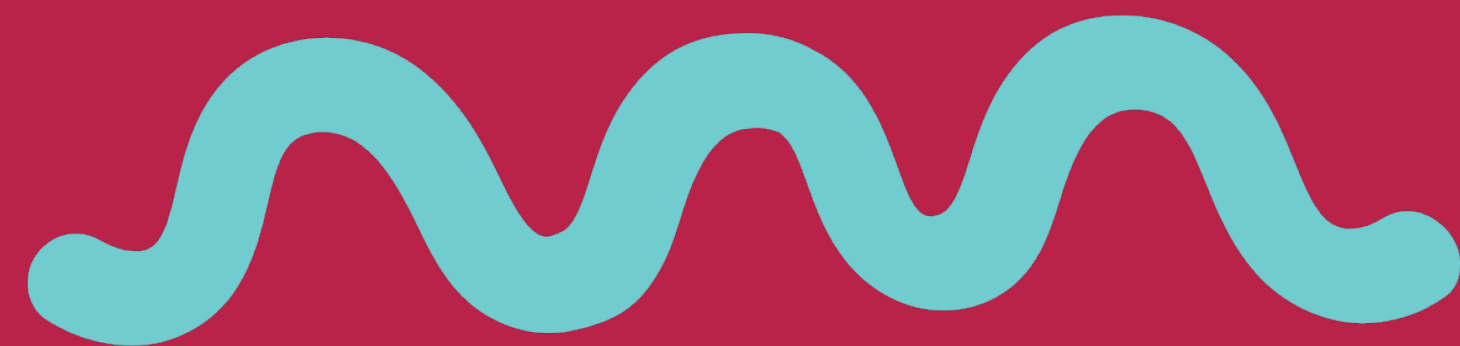
@POSNANIA_

BACKSTAGE



Etap 5

WYSTAWA KONKURSOWA I MURAL



Wystawa konkursowa i mural

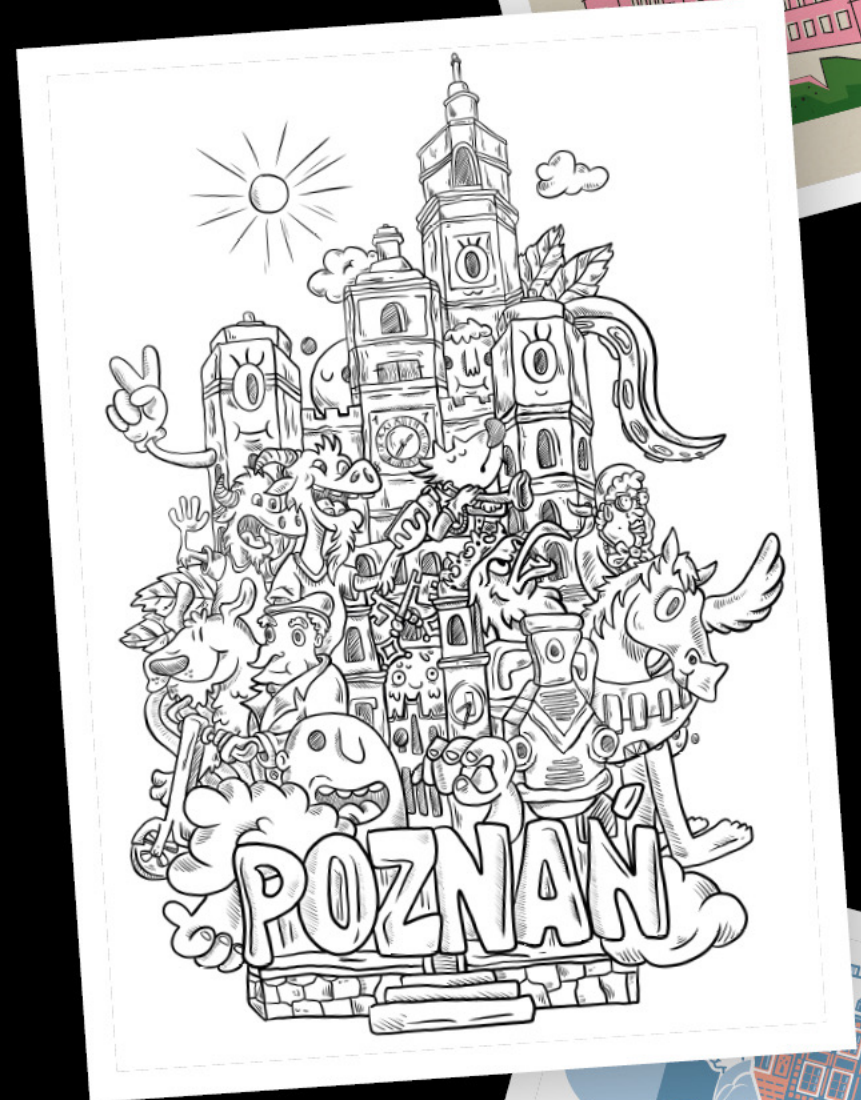


7. URODZINY POSNANII

W październiku 2023 roku, urodziny Poznania były niezwykle wyjątkowe i oprawione inspirującym klimatem. Ich czas zbiegł się z rozstrzygnięciem konkursu dla młodych talentów. **12 prac laureatów zostało wyeksponowanych na wystawie znajdującej się przy Alei Komedy.** Wielkoformatowe wydruki prac oglądało codziennie **kilkanaście tysięcy ludzi.**

Finałowy wernisaż odbył się w obecności przedstawicieli miasta z wydziału kultury oraz wielu innych artystycznych środowisk twórczych. Zwycięzca otrzymał iPada PRO, aby dalej mógł rozwijać swoje pasje i szkolić się pod kątem grafiki. **Uroczyste odsłonięcie kolorowego muralu było wisienką na torcie obchodów 7. Urodzin Poznania i symbolicznym akcentem wniknięcia Poznania na dobre w wizerunek i krajobraz miasta.**

PROJEKTY





NAGRODZONY PROJEKT



IKONY POZNANIA

by *Poznania*

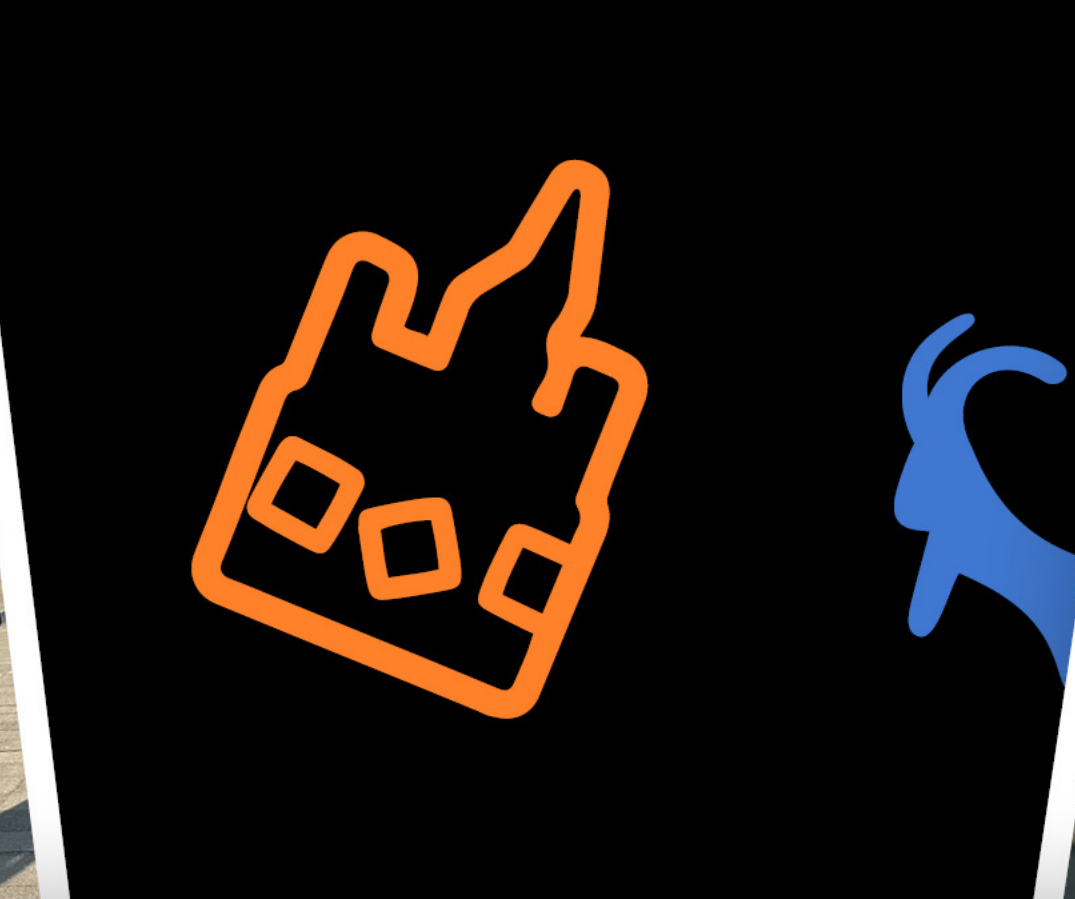
Tytuł: Kalejdoskop poznańskich ikon

Pola Augustynowicz

Ilustratorka, projektantka graficzna, malarka.
Projektuje opakowania, okładki książkowe, identyfikacje wizualne, wzory na tekstylnia, murale, bierze udział w targach designu i w wystawach, prowadzi warsztaty. Współtworzy poznański kolektyw ilustratorski ILU NAS JEST.



WERNISAŻ



Podsumowanie

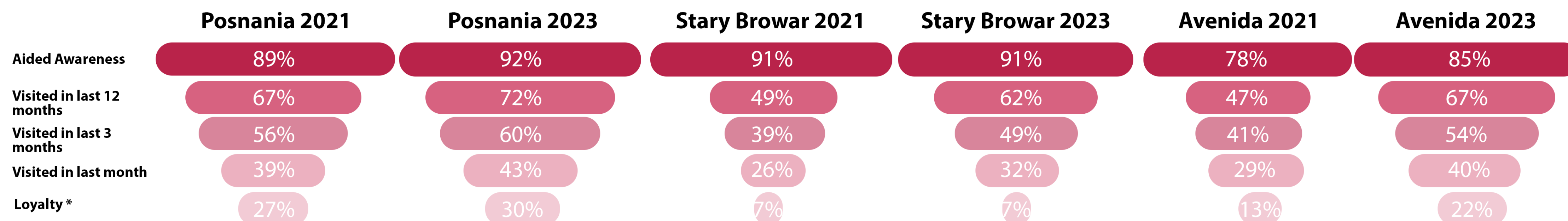


Rezultaty

Kondycja marki (1/2)

Podstawowe wskaźniki

Podstawa: Mieszkańcy catchment area Poznania, N=930 (2021) i N=754 (2023)



- Posnania jest **THE BEST**
 - Posnania to centrum handlowe z “najzdrowszym” lejkiem sprzedażowym
- Po okresie Pandemii, **wszystkie parametry wróciły do normy**, a parametry związane z częstotliwością wizyt jeszcze **wzrosły!**

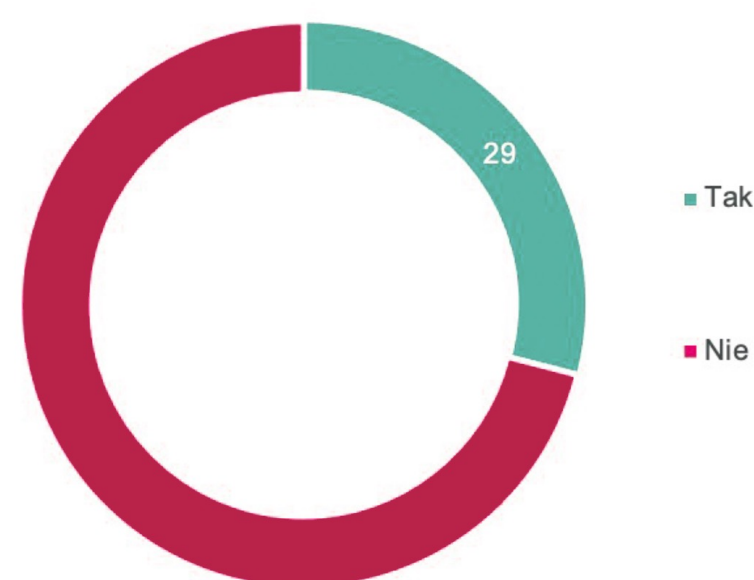
Rezultaty

Znajomość reklamy centrów handlowych / 2021

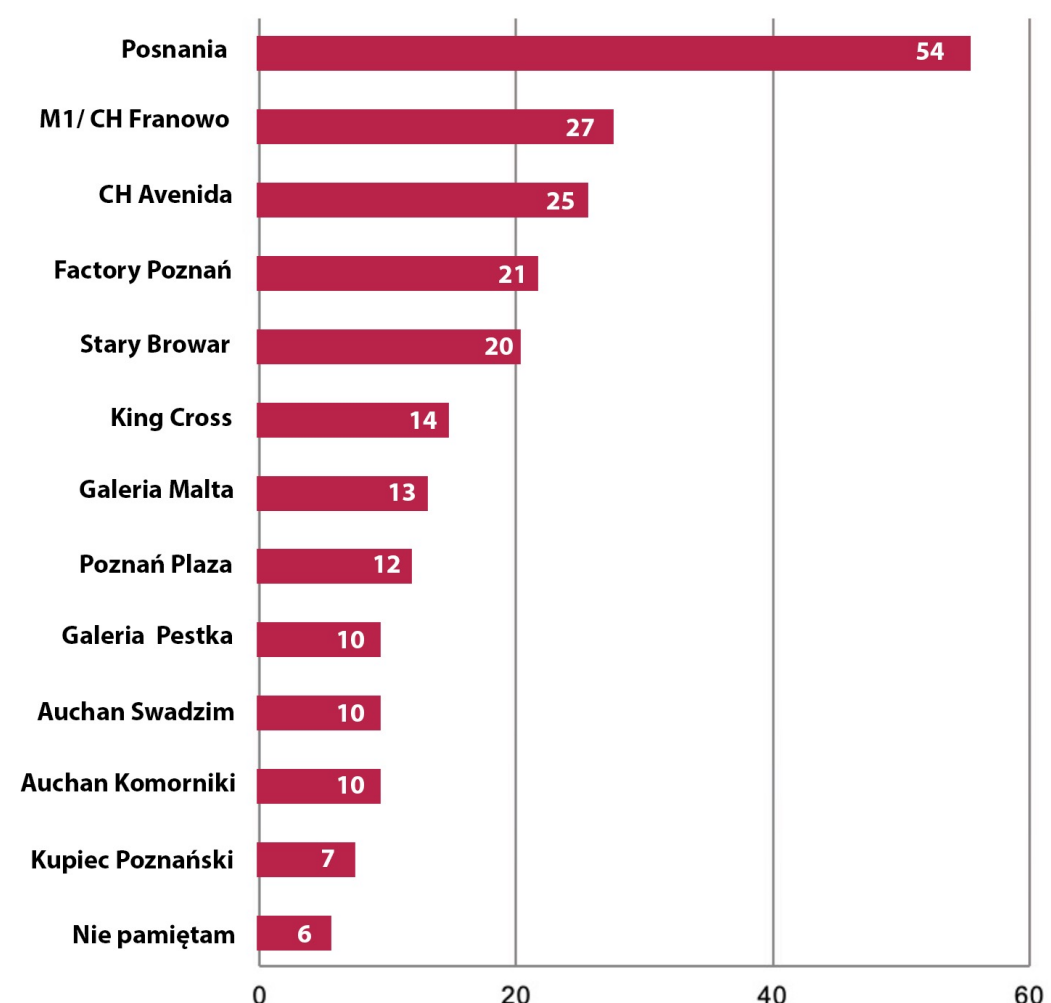


P27. Czy widział/a Pan/i reklamy centrów handlowych w ostatnich 3 miesiącach?
P28. Którego bądź których centrów handlowych była to reklama?

Podstawa: Mieszkańcy catchment area CH Posnania, N=930, w%



Mieszkańcy catchment area CH Posnania, którzy znają reklamę centrów handlowych, N=272, w%

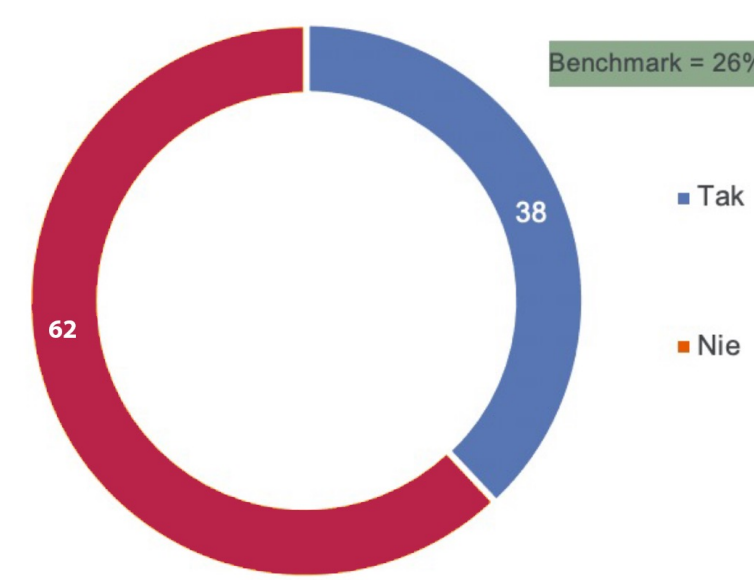


Znajomość reklamy centrów handlowych / 2023

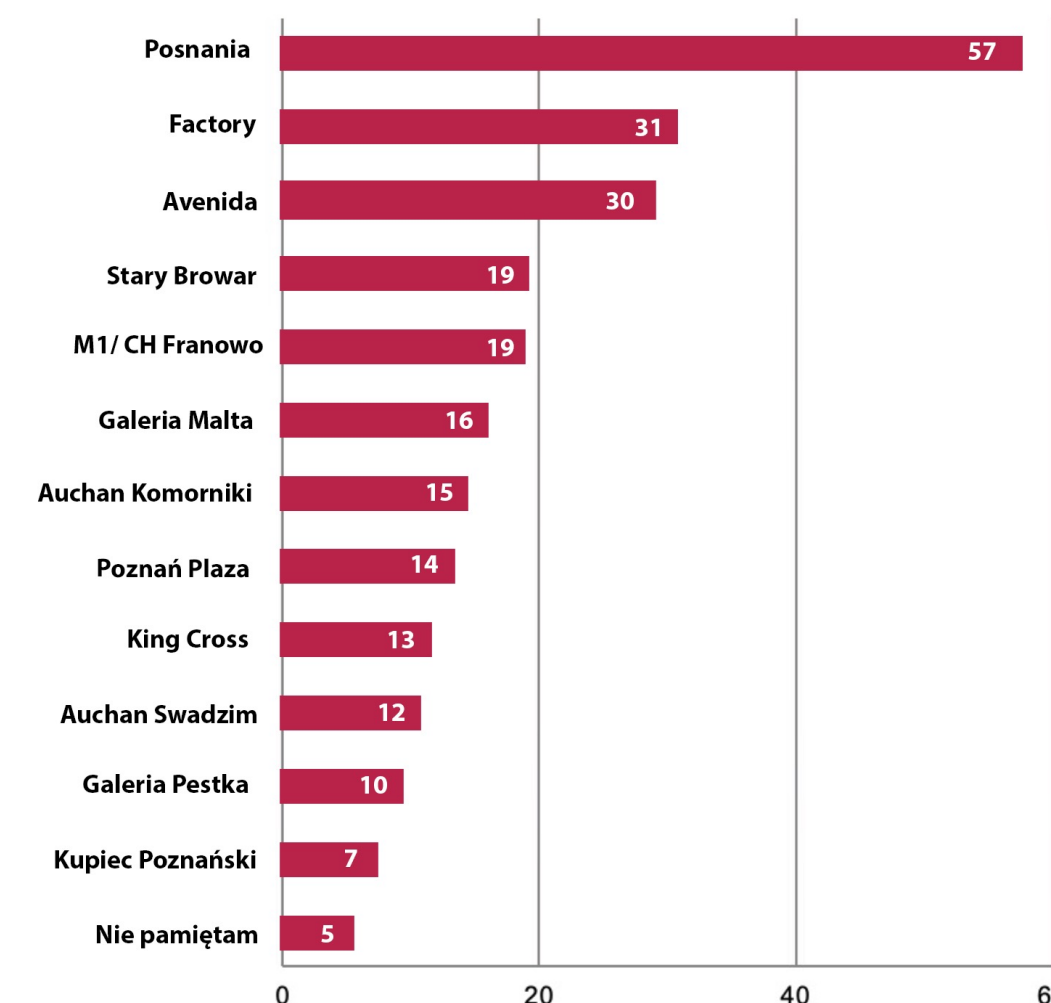


P27. Czy widział/a Pan/i reklamy centrów handlowych w ostatnich 3 miesiącach?
P28. Którego bądź których centrów handlowych była to reklama?

Podstawa: Mieszkańcy catchment area CH Posnania, N=930, w%



Mieszkańcy catchment area CH Posnania, którzy znają reklamę centrów handlowych, N=272, w%



Znajomość komunikatów po wprowadzeniu nowej linii kreatywnej znacząco wzrosła i **przekroczyła branżowe benchmarki!**

Wyniki

+16% FOLLOWERSÓW NA
INSTAGRAMIE

30% LOJALNYCH KLIENTÓW

+13% OBROTÓW vs. 2022

+11,3%
ODWIEDZALNOŚĆ
vs. 2022 = 14 MILIONÓW
ODWIEDZAJĄCYCH

55% ROZPOZNAWALNOŚCI
REKLAM PRZEZ KLIENTÓW



Dziękujemy



POSNANIA oraz agencje współpracujące:

CHEERS STORIES



Bridge2Fun[®]
DIGITAL NETWORK