

SKUTECZNA MARKA

czyli **10 SPOSOBÓW** JAK WYRÓŻNIĆ
SWOJĄ MARKĘ NA RYNKU POLSKIM

1. Śledzenie nowych trendów

Wraz ze zmianami zachodzącymi w społeczeństwie konsumpcyjnym równoległe zmieniają się preferencje zakupowe konsumentów. Ta zależność skutkuje pojawianiem się coraz to nowszych trendów. Zapoczątkowaną niedawno, była moda na zdrową żywność, która nota bene, nadal trwa. Objawia się tym, że coraz więcej osób wybierając dany produkt sprawdza jego skład, zwracając szczególną uwagę na jakość. Jednak zauważalna jest także nowa tendencja do wybierania produktów poprzez wzgląd na miejsce ich pochodzenia. Obecnie ceniona jest zdrowa żywność, często z lokalnych upraw i hodowli, stąd konsumenci szukają informacji na etykietach o miejscu pochodzenia. Zainteresowanie polskimi markami nie odnosi się jednak jedynie do artykułów spożywczych. W tym obszarze prowadzonych jest coraz więcej badań, z których jasno wynika, że Polacy chętniej sięgają po polskie. No dobrze, ale jak to wszystko się ma do prowadzenia biznesu? Oto nasza rada: bądź na bieżąco. Śledź najnowsze trendy zakupowe, sprawdzaj wyniki aktualnych badań i sondaży. Dostosuj swoją ofertę pod obecne preferencje zakupowe konsumentów i daj im właśnie to, czego obecnie najbardziej potrzebują. Pamiętaj, że takie działanie wcale nie wymaga zmiany całej, dotychczasowej strategii marketingowej. Pomyśl o dodatkowej, docierającej do właśnie tej grupy odbiorców, która w największym stopniu generuje popyt na dane dobra. Więcej możliwości, to większe zyski ze sprzedaży!

Skorzystaj z **Certyfikatu Fundacji Polska Marka** - to gotowa strategia, która bez wysiłku pozwoli Ci dotrzeć do jeszcze większej ilości klientów poprzez ekspozycję miejsca pochodzenia dóbr za pomocą loga Polskiej Marki i nie tylko! Sprawdź naszą aktualną ofertę i bądź o krok przed konkurencją!

2. Strona internetowa

Nie ma Cię w internecie? Nie istniejesz! Obecność w sieci jest współcześnie ogromnie istotna. Coraz więcej osób chcąc kupić dany produkt bądź usługę, swoje poszukiwania rozpoczyna od przeglądarki internetowej. Takich osób jest coraz więcej, jako że forma zakupów przez internet jest wygodna i niesie za sobą sporą oszczędność czasu, przy czym korzyści jest znacznie więcej. Niezbędne jest zatem posiadanie strony internetowej swojej firmy, podpartej dodatkowo mediami społecznościowymi. Jak powinna wyglądać strona internetowa? Przede wszystkim ważne jest, by była intuicyjna. A żeby taka była, istotna jest także estetyka całej strony i przemyślane rozmieszczenie poszczególnych kategorii, żeby potencjalny klient nie poświęcał czasu na szukanie informacji o firmie, opinii, czy samego przedmiotu sprzedaży. Łatwość w obsłudze strony internetowej to jedno, jednak warto zwrócić również uwagę na zamieszczane tam treści. Liczy się tu każdy szczegół. Od stylistyki, gramatyki, ortografii, po interpunkcję. Jeśli chodzi natomiast o merytorykę, to powinny być krótkie, zawierające konkrety, bez zbędnego, tak zwanego lania wody. Ważny jest też przekaz, a dokładniej jego forma. Przygotowując treści na stronę dodaj chwytliwe teksty zachęcające do zakupu właśnie u Ciebie. Wykorzystuj język korzyści. Oprócz treści, istotną rolę odgrywają także grafiki bądź zdjęcia. Mimo, że są uzupełnieniem tekstu, to właśnie one często w większym stopniu wpływają na poziom zainteresowania konsumenta. Mówi się, że się je oczami, kupuje także! Dlatego wykorzystaj jak najlepiej możliwości sprzedażowe jakie płyną właśnie z obrazu! Wśród treści związanych z oferowanymi dobrami oraz wśród grafik musisz być Ty! Przedstaw się za pomocą krótkiego tekstu, zawierającego Twoje najważniejsze osiągnięcia, pasje i cele. Chronologicznie, przygotuj także notatkę bio dla swojego personelu, jeżeli go posiadasz. Tworząc stronę internetową wykup domenę, żeby jej adres prezentował się profesjonalnie. Dodaj też kanały mediów społecznościowych, żeby potencjalny klient mógł śledzić działania Twojej firmy na wielu płaszczyznach. Przy tworzeniu strony możesz skorzystać z pomocy profesjonalisty, który podpowie jak najlepiej przygotować stronę, która pozwoli Ci generować jeszcze większe zyski ze sprzedaży. Do dzieła!

3. Automatyzacja swoje pracy

Zdarzyło Ci się jechać godzinę lub więcej ze względu na korki, przez co ledwo udało Ci się zdążyć na spotkanie z klientem? Czy może z przyczyn losowych musiałeś czekać na niego dłużej, bo to właśnie jemu dojazd utrudniały panujące warunki na drodze? Zautomatyzuj swoją pracę i spotykaj się ze swoimi klientami również online! Współcześnie, dostępnych jest wiele rozwiązań technologicznych ułatwiających działania na wielu płaszczyznach. Wideokonferencje zyskują coraz większą popularność, jako że pozwalają zaoszczędzić czas, a jak wiadomo w dzisiejszych czasach czas to pieniądz. Takie spotkanie można poprowadzić z dowolnego miejsca, zarówno w mieście, kraju ale i na świecie! Niezbędne jest jedynie połączenie z internetem i brak zgiełku wokół. Sami stosujemy takie rozwiązanie i mówiąc szczerze, sprawdza się rewelacyjnie! To więcej spotkań w ciągu dnia i mniej stresu, że pojawią się po drodze jakieś komplikacje. No dobrze, ale co jeszcze? W jaki sposób można dodatkowo usprawnić i zautomatyzować swoją pracę? Chyba większość osób nie lubi tonąć w dokumentach. Z czasem gromadzi się ich coraz więcej, na półce pojawia się kolejny segregator i kolejny... Z rozwiązaniem tego problemu przychodzą firmy, oferujące wypełnianie faktur online. To nie tylko oszczędność czasu, ale i przestrzeni w biurze. Ten sposób fakturowania jest prosty i intuicyjny w obsłudze, także nie ma się czego bać! Kolejną kwestią, którą warto poruszyć jest prowadzenie kalendarza online. Można w nim zapisywać terminy spotkań, notatki, kontakty. Taki system kalendarza jest pomocny, jako że w łatwy sposób można ustalać harmonogram dnia, miesiąca a nawet roku. Opcją, która usprawni ten proces jest możliwość ustawienia przypomnień - dzięki temu nie sposób w natłoku zadań zapomnieć o spotkaniu. Przedsiębiorco, skorzystaj z możliwości jakie przygotowała dla Ciebie technologia, zobaczysz w jak dużym stopniu korzystnie wpłynie na rozwój Twojej firmy.

4. Media społecznościowe

Aktualnie, media społecznościowe to jedno z najbardziej popularnych narzędzi wykorzystywanych do marketingu. Można bowiem za ich pomocą w łatwy i szybki sposób dotrzeć do bardzo dużej grupy odbiorców. Do najbardziej powszechnych należy oczywiście Facebook, Instagram oraz Twitter. Od niedawna, równie popularny co niniejsze kanały jest także LinkedIn. Każdą z tych płaszczyzn łączy dostęp do sieci i internautów, jednak każde z nich posiada nieco inną specyfikę działania. Przykładowo, komunikacja za pomocą Instagrama opiera się głównie na obrazie. Używając tego medium do sprzedaży oraz budowania wizerunku swojej marki, należy zadbać o szczegóły. Istotna jest jakość zdjęć, jednak na obecną chwilę smartphony są wyposażone w aparat, który w zupełności powinien wystarczyć. Jeżeli zależy nam na jeszcze lepszej jakości fotografii możemy sami zaopatrzyć się w nieco lepszy sprzęt, lub poprosić o pomoc profesjonalistę. Instagramem rządzi hashtag. Używanie tagów ma w tym przypadku ogromne znaczenie, ponieważ hasłowo możemy zakomunikować najbardziej kluczowe kwestie związane ze zdjęciem, czy z samą marką. Do hashtagów i obrazu można dołączyć także treść - tutaj nie ma limitów, jednak jeśli chodzi o Instagram, to wykorzystując to medium, lepiej unikać zbyt obszernych tekstów. Sytuacja jest trochę inna w przypadku Facebooka - tutaj można pozwolić sobie na dłuższe treści, ale też bez przesady ;). W tym przypadku również można operować hashtagiem. Pamiętaj, żeby na bieżąco publikować treści - możesz sobie przygotować określone pionki komunikacyjne, czyli kategorie do których będą przypisane poszczególne posty. Kluczowa jest tu systematyczność - pokazuje odbiorcy zaangażowanie i skraca dystans między Wami już od samego początku. Twitter. To medium społecznościowe z narzuconym limitem znaków. Możliwa jest publikacja treści o maksymalnej ilości 240 znaków. Jest to wciąż mało, dlatego Twittera można określić jako skrót i hashtag. Oczywiście, można się w tej przestrzeni wesprzeć linkiem prowadzącym do głównej treści, co w przypadku Twittera jest powszechnie praktykowane przez użytkowników tego kanału.

Mimo, że każde z wymienionych mediów społecznościowych można wykorzystać do celów zawodowo - biznesowych, to najściślej związany z tą przestrzenią jest LinkedIn. Serwis ten zrzesza przedsiębiorców, osoby czynne zawodowo, a także tych, którzy aktualnie poszukują pracy. Jest to zatem idealne miejsce, żeby znaleźć pracodawcę, pracownika, a przede wszystkim partnera biznesowego. LinkedIn bowiem skupia się na prezentacji siebie, swoich kompetencji, osiągnięć, celów zawodowych i doświadczenia. Warto zatem być obecnym w tej i w każdej poprzednio wymienionej przestrzeni i umożliwić dodatkowo bycie zauważonym. Podsumowując, media społecznościowe to:

#komunikacja

#sprzedaż

#mniejszy dystans

#wizytówka

Pokaż swoją firmę i zwiększ swoje zasięgi a tym samym zyski!

5. Wydarzenia, konferencje i szkolenia

Bycie na bieżąco ważne jest nie tylko z perspektywy śledzenia nowych trendów. Podobnie jest w przypadku wydarzeń organizowanych nie tylko w Polsce, ale i za granicą, przy czym Polska jeśli chodzi o organizację eventów wypada naprawdę dobrze. W naszym kraju naprawdę sporo się dzieje! Co chwilę organizowane są wydarzenia, takie jak przykładowo konferencje czy szkolenia, które są skierowane dla przedsiębiorców. Są wartościowym źródłem wiedzy, ponieważ zazwyczaj

występują na nich doświadczeni praktycy, którzy na łamach prowadzonych paneli chętnie dzielą się swoim doświadczeniem i udzielają cennych wskazówek. Jest to zatem doskonała okazja, by z tej wiedzy skorzystać, nawet, jeśli samemu posiada się jej ogromny zasób. Oprócz wydarzeń tematycznych, które stanowią idealne dopasowanie pod kątem Twojej działalności, warto wybrać się na inne, mniej związane z Twoją branżą. Niemalże każde wydarzenie, czy jest nim kongres, konferencja, targi, szkolenia, śniadania biznesowe itp., w programie zawiera część networkingową. Jest to świetna okazja, żeby dotrzeć bezpośrednio do przedsiębiorców, którzy nawet po krótkiej rozmowie przy kawie mogą się stać Twoim klientem, czy nawet partnerem biznesowym. Każde spotkanie networkingowe to możliwość zaprezentowania siebie i swojej firmy, dlatego aż szkoda z nich nie skorzystać. Tym bardziej, że odbywa się bardzo dużo takich inicjatyw, w których udział nic nie kosztuje, także można takie przedsięwzięcia wykorzystać do bezpłatnej reklamy własnej marki.

Zachęcamy do obserwowania profilu Fundacji **Polska Marka** na Facebooku! Oprócz ciekawostek, czy treści związanych z działalnością Fundacji dostępne są także zapowiedzi ciekawych wydarzeń w Polsce oraz relacje z tych, które miały już miejsce. Dzieje się!

Dodatkowo, zapraszamy Cię do udziału w cyklu spotkań biznesowych o charakterze networkingowym pt. "Polskie marki - poznajmy się!", który organizujemy z myślą i dla właścicieli firm zarejestrowanych w Polsce. Każde ze spotkań, składa się z dwóch części: merytorycznej i networkingowej, podczas której możesz zaprezentować siebie i swoją firmę wśród pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w spotkaniu. To także szansa, żeby opowiedzieć o swoich potrzebach - być może wśród zgromadzonych gości znajdzie się ktoś, kto będzie w stanie Ci pomóc? Z całą pewnością to doskonała okazja, by pozyskać nowe kontakty biznesowe! W dodatku nic Cię to nie kosztuje - spotkanie jest bezpłatne! Sprawdź aktualny harmonogram spotkań i dowiedz się więcej na stronie www.PolskaMarka.org lub na naszym funpage'u Polska Marka na Facebooku.

6. Dodatkowe inicjatywy

Przedsiębiorco! Angażując się w dodatkowe inicjatywy, takie jak Konkursy, Kampanie czy inne tego typu akcje możesz zwiększyć rozpoznawalność swojej marki, zwiększyć jej zasięg, a więc także zyski. Uczestnictwo w tego typu przedsięwzięciach ma także wpływ na wizerunek Twojej firmy. Zaplanuj wcześniej jaki efekt chcesz osiągnąć i działaj! Zorientuj się też w obszarze przedsięwzięć organizowanych przez instytucje oferujące wsparcie dla firm. Dofinansowania bądź inne formy zapomogi są dostępne nie tylko na samym początku prowadzenia działalności gospodarczej. Możliwości jest wiele, a każda z nich niesie za sobą mnóstwo korzyści, które pozytywnie wpłyną na rozwój Twojej marki! Śledź nas na stronie www.PolskaMarka.org oraz na Facebooku @PolskaMarka i sprawdź, jakie wydarzenia branżowe niesie za sobą ten rok!

Dodatkowo, przygotowaliśmy dla Ciebie coś specjalnego! Mamy zaszczyt zaprosić Cię do udziału w Kampanii Społecznej “Polska Marka - Masz Pewność”! Jest to inicjatywa skierowana do przedsiębiorców polskich firm, niezależnie od branży prowadzonej działalności. Akcja ma na celu podkreślić wartość polskiego pochodzenia oferowanych dóbr, zarówno produktów jak i usług. Działania te są spójne z ideą patriotyzmu gospodarczego, czyli wybierania naszych rodzimych marek przez konsumentów i wspierania tym samym polskiej gospodarki. Biorąc udział w Kampanii zwiększasz zasięg i rozpoznawalność swojej firmy, a także masz szansę wzmocnić pozytywne emocje związane z firmami współpracującymi. Dowiedz się więcej na stronie www.MaszPewnosc.PolskaMarka.org. Dołącz do grona firm uczestniczących w Kampanii i pozwól odkryć swoją markę już dziś!

7. Zamień produkty na usługi

Wyobraźmy sobie sytuację: Pani X co miesiąc musi kupić u Pana Y produkt Z. Trasa Pani X zajmuje od pół do całej godziny drogi, w zależności od natężenia ruchu na drodze. Pan Y, żeby sprzedać Pani X produkt, musi wykonać kilka rutynowych czynności. Cały proces bywa czasochłonny, a jak powszechnie wiadomo, czas to pieniądz. Co, jeśli istniałby sposób, żeby jakoś go usprawnić z korzyścią dla obu stron? Mamy na to pewne rozwiązanie! Oferujesz produkt, po który klienci wracają cyklicznie? Wprowadź do swojej oferty opcję abonamentu bądź subskrypcji. Niezależnie od tego, czy oferujesz produkt, czy usługę, zaproponuj swoim klientom możliwość jednorazowych zakupów, z jednorazową bądź cykliczną opłatą, z systematycznym dostarczeniem danego dobra wprost do konsumenta. Sytuacja bohaterów X i Y zmienia się diametralnie: Pani X nie musi co jakiś czas pokonywać trasy w celu zakupu produktu Z, Pan Y jest zadowolony, bo zyskał właśnie przewagę konkurencyjną i cieszy się zaufaniem kolejnego klienta wobec swojej marki. Pozostaje kluczowe pytanie, jak zachęcić konsumenta do wykupienia abonamentu? Odpowiedź jest prosta! Zaoferuj mu w zamian specjalne benefity: niższa cena przy zakupie produktu w abonamencie, gratisowe próbki, czy praktykowany przez gigantów na rynku - program lojalnościowy. Więcej możliwości, to większe szanse na sprostanie wymaganiom współczesnego klienta, który coraz bardziej, ceni sobie wygodę, oszczędność czasu i praktyczne rozwiązania.

8. Współpraca barterowa

Prowadzenie własnej działalności gospodarczej bywa trudne i wymaga inwestycji już od samego początku. Żeby zdobyć pierwszych klientów, przede wszystkim konieczna jest wśród nich świadomość istnienia marki. Na tym etapie nieunikniona jest promocja, jednak element ten sporo kosztuje. Co zrobić, gdy koszty za reklamę zdecydowanie wykraczają poza Twój budżet? Rozwiązaniem tej i wielu innych sytuacji związanych z próbą zaoszczędzenia pieniędzy za usługę bądź wsparcie, jest wzajemna wymiana świadczeń pomiędzy przedsiębiorstwami. Barter, to rodzaj współpracy symbiotycznej, z korzyścią dla obu stron, w której żadna ze stron nie operuje gotówką. Taka forma wymiany była obecna już w czasach starożytnego Rzymu, kiedy społeczeństwo nie знаło jeszcze pieniądza. Współcześnie wykorzystuje ją wiele firm, nie tylko na początku prowadzenia biznesu. Często współpraca barterowa przejawia się chociażby w różnego rodzaju patronatach, lub jeszcze wyraźniej w blogosferze. W tym przypadku obie strony deklarują, na podstawie porozumienia zawartego np. w liście intencyjnym o zakresie i formie świadczeń, które wykonają w określonym miejscu i czasie, lub dóbr które otrzymują w zamian za ich promocję. Nie zawsze jednak deklaracja związana ze współpracą barterową wymaga pisemnej zgody. Jest to w pełni dobrowolne. Oznacza to, że nawiązać barter można również słownie, lub pisemnie, lecz mniej formalnie, np. za pomocą e-maila. Z takiej formy wynikają nie tylko korzyści finansowe. Współpracując na zasadzie barteru można zbudować pozytywne relacje biznesowe, które są bardzo cenne na każdym etapie obecności firmy na rynku.

Przedsiębiorco! Masz pomysł, w jaki sposób możemy nawiązać współpracę barterową? Napisz do Nas na info@PolskaMarka.org i przedstaw Nam swoją ofertę! Chętnie zapoznamy się z Twoją propozycją.

9. Wyróżnienie oferowanych dóbr

Współcześnie, polski rynek zalany jest ogromną ilością produktów bądź usług. Producenci toczą walkę o klienta, który z każdej strony zasypywany jest informacjami o zniżkach, promocjach czy gratisach typu kup dwa, a kolejne dwa dostaniesz za darmo. Jak w dobie tak ogromnej konkurencji zdobyć przewagę na rynku? Wyróżnij swoją firmę, a przede wszystkim produkt lub usługę, które oferujesz. Możliwości jest wiele. Jedną z nich, w zmieniającym się społeczeństwie konsumpcyjnym jest jakość, która obecnie stanowi ważny element, na który konsument zwraca uwagę bardziej, niż na okazyjną cenę. Podobnie jak na wygodę zakupów, którą współczesny klient bardzo sobie ceni. Proponując zatem optymalne rozwiązania, idealnie dostosowane do indywidualnych potrzeb wzrasta szansa na wybór właśnie Twojej firmy, a co za tym idzie? Większe zyski ze sprzedaży. Równie istotne są: komunikacja z klientem, cena, zorientowanie na potrzeby czy nawet wygląd opakowania, strony internetowej oraz mediów społecznościowych marki. Wiele osób kupuje oczami, dlatego atrakcyjny wygląd i estetyka każdego z poszczególnych elementów składających się na sprzedaż, może przesądzić o jej skuteczności. Chcąc wyróżnić oferowane przez swoją firmę dobra, należy śledzić na bieżąco trendy zakupowe, które aktualnie panują. Przykładowo, jeszcze nie tak dawno pojawiła się "fala" zdrowego odżywiania. Producenci chcąc zyskać klienta podążającego za tą modą zmienili strategię podkreślając elementy spójne ze zdrowym stylem życia. Kolejnym przykładem jest promocja związana z byciem eko. Ten element równie szybko został wykorzystany przez wiele firm, które proponując rozwiązania zgodne z promowaną ideą związaną z dbaniem o środowisko dotarły do większej rzeszy klientów. Oprócz promowanego szeroko zdrowego stylu życia, czy dbania o środowisko, które nas otacza ostatnio coraz więcej mówi się o trendzie związanym z patri-

otyzmem gospodarczym. Moda na polskość sprawiła, że coraz więcej konsumentów sięga po rodzime dobra, co jest podparte raportami powstałymi na wskutek badań zachowań konsumenckich.

Prowadzisz działalność zarejestrowaną w Polsce? Sprawdź, czy Twoja firma kwalifikuje się do **Certyfikatu Polska Marka**! Dzięki niemu możesz umieścić logotyp Polska Marka między innymi na: etykietach, stronie internetowej, mediach społecznościowych czy materiałach promocyjnych, informacyjnych i reklamowych, co pozwoli Ci zdobyć przewagę konkurencyjną nad firmami, które nie eksponują miejsca pochodzenia produktu, bądź ich nazwa ukryta jest pod obco brzmiącą nazwą. Nie zwlekaj, wyróżnij się na tle innych firm i zacznij czerpać korzyści już dziś!

10. Kluby biznesowe

Szukasz miejsca, które zrzesza osoby związane z biznesem? Potrzebujesz inspiracji bądź motywacji do działania? Chętnie poznasz innych przedsiębiorców, zarówno z Twojej jak i innych branż, z którymi podzielisz się swoją wiedzą i doświadczeniem, a także zapoznasz się z ich działaniami? To wszystko oraz wiele innych zalet zapewnia członkostwo w różnego rodzaju klubach, stowarzyszeniach i zgromadzeniach biznesowych. Będąc członkiem klubu przysługuje Ci dostęp do cyklicznych wydarzeń organizowanych wyłącznie dla członków ugrupowania, w których udział umożliwi Ci między innymi zdobycie nowej, bądź poszerzenie dotychczasowej wiedzy. Będzie także szansą rozwoju oraz zaprezentowania siebie i swojej marki podczas części networkingowej, która jest nieodłącznym elementem tego typu spotkań. Obecnie funkcjonuje bardzo wiele klubów biznesowych: począwszy od elitarnych, do których można dołączyć uiszczając często wysoką opłatę oraz spełniając ściśle sprecyzowane kryteria, płatnych, do których przynależność wiąże się z opłatą przeważnie w formie abonamentu oraz

bezpłatnych, z których każdy spełniający określone kryteria członkostwa może skorzystać nie ponosząc żadnych kosztów. Jeśli chodzi o obszar geograficzny, w którym kluby biznesu występują to z całą pewnością ich największe natężenie można spotkać w większych miastach, nieco mniej jest w mniejszych miejscowościach, a obecnie, za sprawą pojawienia się nowych możliwości jakie oferuje Internet, dostępne są grupy, do których można dołączyć również online. Taka forma członkostwa stanowi idealne rozwiązanie dla tych, którzy są w ciągłym ruchu, którzy spędzają większość czasu w podróży lub po prostu ich kalendarz nie zgrywa się z organizowanym w danym terminie spotkaniem klubu. Istnieje coraz więcej osób, które preferują właśnie taką formę kontaktu z drugim człowiekiem - jest to bowiem spora oszczędność czasu, skrócenie dystansu, a także komfort dla obu stron. Cenisz sobie wygodę i możliwość uczestnictwa w życiu klubu z każdego miejsca, w którym się aktualnie znajdujesz, a przy tym szukasz miejsca, w którym możesz wypromować swoją markę, pozyskać klienta bądź nawet partnera biznesowego, a dodatkowo zyskasz szansę udziału w spotkaniach biznesowych o charakterze networkingowym i to całkowicie bezpłatnie? Dołącz do zamkniętej grupy **Polska Marka - Odkryjmy ją Razem** i zostań częścią społeczności zrzeszającej osoby ze środowiska biznesu! Chcesz dodatkowo zdobyć dostęp do szkoleń prowadzonych pod okiem doświadczonych specjalistów? Podejmij z nami współpracę i znajdź się w gronie firm certyfikowanych Fundacji Polska Marka! Posiadając pakiet członkowski przysługuje Ci szereg wydarzeń biznesowych, szkoleń i wiele innych korzyści! Sprawdź szczegółową ofertę na www.PolskaMarka.org.

Masz jakiegokolwiek pytania związane z naszą działalnością? Napisz do nas! Chętnie odpowiemy i podpowiemy jak zwiększyć sprzedaż oferowanych przez Ciebie dóbr z logiem Polska Marka!



FUNDACJA POLSKA MARKA

ul. Pocztowa 4/18

21-300 Radzyń Podlaski

tel.: (+48) 83 410 7978

e-mail: info@polskamarka.org

Odwiedź nas!

