

Szukam domu


Brief.pl „...o marketingu bez ściemy”


Brief TV



Forum



Brief Blog



BriefAkademia



PNSA

Piątek, 4 grudnia 2009 | Dodaj do ulubionych | Subskrybuj RSS

O nas | Reklama | Prenumerata | Newsletter | Kontakt

szukaj

Wiadomości

Brief TV

Baza wiedzy

Informacje z rynku

Kalendarz marketera

Eventy

KTR 2009

Inicjatywy

BriefIndex

BriefPanel

Brief for Poland

BriefAkademia

Magazyn Brief

Bojkot kibiców i części sponsorów reprezentacji Polski w piłce nożnej jest:

- słuszny
- niepotrzebny
- nic nie zmienia
- nie mam zdania

Głosuj

Wyniki

Darmodajnia!

Dzisiaj rozdajemy:

wejściówkę na dwudniową konferencję "communityStandard 2009. Społeczności internetowe"

Więcej »

Blogi

Kiszluk pisze...



Kopniak Kiszluka w Blue Cactusie

Muszę się tym pochwalić mimo, że wiem, że to kryptoreklama: Niewiele jest miejsc w Warszawie, gdzie można zjeść śniadanie biznesowe. Blue Cactus jest właśnie takim wyjątkiem. Od dłuższego już czasu pracownicy Briefu i nasi przyjaciele są rano stałymi gośćmi tej restauracji. Miło i efekt(yo)wnie spotkać się już od ósmej i pogadać o biznesie...

Więcej »

Brief Blog

Kalendarz marketera



PR Forum 2009 - trendy i innowacje w komunikacji

25-11-2009 - Warszawa, Hotel Intercontinental
Cościem specjalnym listopadowego Kongresu PR Forum 2009... »

24-11-2009 - Kielce, Kotel Tęczowy Młyn [Unijne dotacje dla małych i średnich przedsiębiorstw](#)

23-11-2009 - Warszawa, Centrum szkoleniowe TWINS, ul. Żywiczna 57
[I konferencja International Coaching Community w Polsce](#)

19-11-2009 - Warszawa, budynek Agory [Community Standard 2009 - Społeczności internetowe](#)

19-11-2009 - Warszawa, Siedziba PTBRO przy ul. Szarotki 11 w Warszawie
[Techniki projekcyjne w badaniach marketingowych](#)

19-11-2009 - Łódź [Festiwal Reklamy w Łodzi Ad Days](#)

Eventy



I Konferencja ICC pod patronatem Briefu

01-12-2009
Dnia 23 listopada miała miejsce I konferencja International Coaching Community (ICC) w Polsce, której patronował Brief. Konferencja zgromadziła profesjonalnych, certyfikowanych coachów »

01-12-2009 - [Konferencja cross marketingowa pod patronatem Briefu](#)

28-10-2009 - [Plan Ballantine's - nowa odsłona Ballantine's Finest](#)

27-10-2009 - [GB.pl - z prasy do internetu - nowy serwis](#)

 Wpisz temat i szukaj zdjęć
 stare miasto

Szukaj

Wiadomości



inBrief Kampanie Wywiady Opinie Debaty

Zobacz także

Wygrana w konkursie to również forma reklamy
27-11-2009

Aleksandra Kasprzak

14 listopada br. ogłoszono wyniki VII już edycji konkursu na Mazowiecką Firmę Roku. Okazuje się, że polscy przedsiębiorcy coraz chętniej biorą udział w tego typu imprezach. Co roku przybywa zainteresowanych startem w konkursie, z każdą kolejną edycją wzrasta również jego popularność i w związku z tym podniesiona zostaje poprzeczka oczekiwań wobec kandydatów. Organizatorzy akcentują, że największą nagrodą dla zwycięzców jest prestiż, możliwość promocji oraz zdobycie zaufania konsumentów. Wyróżnienie w konkursie to również bardzo wiarygodna forma reklamy.



Edyta Bogatek, dyrektor biura Europa 2000 Consulting (organizatora konkursu „Mazowiecka Firma Roku”) zwraca uwagę na fakt, że oprócz licznych profitów wizerunkowych, udział w konkursie znacznie ułatwia nawiązywanie relacji biznesowych: - **Kiedy rozpoczynaliśmy prace nad tym przedsięwzięciem, zakładaliśmy, że konkurs ten nie tylko pomoże budować wizerunek laureatom, podnosić ich prestiż wśród konkurencji, lecz także będzie pomógł w nawiązywaniu kontaktów handlowych oraz przyczyniał się do podniesienia ich konkurencyjności na rynkach krajowych i zagranicznych.**

Opinię tę podziela Jan Zalecki, prezes zarządu z Polskiego Centrum Marketingowego (tegorocznego laureata konkursu) - Pozytywny wizerunek firmy potwierdzony wygranymi w licznych konkursach pozwala również zatrzymać najlepszych pracowników i najbardziej rentownych klientów, a także pozytywnie wpływa na współpracę ze wszystkimi kontrahentami.



Jeszcze innym aspektem, dla którego warto jest organizować tego typu imprezy oraz brać w nich udział jest fakt, że konkursy bardzo skutecznie motywują przedsiębiorców do szukania nowatorskich i niestandardowych rozwiązań oraz mobilizują do wprowadzania innowacji. O popularności konkursu najlepiej świadczy liczba chętnych kandydatów - Poza firmami rekomendowanymi, które są przez nas zapraszane, jest także grupa przedsiębiorców, którzy sami do nas dzwonią z pytaniem, czy mogą ubiegać się o tytuł Mazowieckiej Firmy Roku. – komentuje Bogatek - Na Mazowszu jest tak dużo firm, iż wybranie spośród nich kandydatów, którzy w danym roku wyróżniają się aktywnością i dynamiką rozwoju oraz zasługują na tytuł Mazowieckiej Firmy Roku, nie stanowi problemu. W tym roku zgłosiło się około 100 przedsiębiorstw. Kapituła do finału zakwalifikowała 69 i taką też ilość nagrodziliśmy – dodaje. Konkurs kierowany jest do wszystkich przedsiębiorstw z obszaru Warszawy i Mazowsza oraz wszystkich firm, które mają na tym terenie swoje oddziały lub przedstawicielstwa, niezależnie od charakteru własności zakładu pracy, jego wielkości, liczby zatrudnionych pracowników. - Udział w przedsięwzięciu biorą zarówno duże przedsiębiorstwa o wieloletniej pozycji na rynku, jak i mniejsze firmy, co wcale nie oznacza, że gorsze czy słabsze i między innymi z tego powodu rywalizacja jest spora – zauważa Bogatek.

Czym zatem powinna wyróżnić się firma, która ubiega się o tytuł Mazowieckiej Firmy Roku? -

Ocenie podlegają osiągnięcia firmy na przestrzeni 2 ostatnich lat. Bardzo istotnym elementem i wysoko ocenianym, jest dynamika rozwoju firmy, obejmująca sprzedaż, inwestycje w rozwój firmy, tworzenie nowych miejsc pracy oraz innowacyjność. Dodatkowym atutem są również posiadane przez firmę certyfikaty, nagrody i wyróżnienia. Pod uwagę bierzemy również politykę kadrową firm oraz działania na rzecz rozwoju zawodowego pracowników – wyjaśnia Bogatek.

Jacek Gromek, właściciel przedsiębiorstwa Elgrom, które dwukrotnie (w 2007 i 2008 r.) zdobyło tytuł „Mazowieckiej Firmy Roku” uważa, że udział w konkursie jest najbardziej wiarygodną formą reklamy dla firmy, poza tym - Udział w konkursie jest dla nas kolejnym sprawdzianem weryfikującym jej rzetelność bez względu na wielkość, branżę i rodzaj działalności. – dodaje Gromek.

- **Zdobyty przez uczestnika tytuł ma znaczenie wielopłaszczyznowe. Na płaszczyźnie zarządzania tytuł podkreśla umiejętności osób zarządzających, które potrafią efektywnie kierować swoim przedsiębiorstwem, by osiągać dodatnie wyniki, jak również motywują swoich pracowników, którzy utożsamiają się ze swoim miejscem pracy. Na płaszczyźnie oferowanych produktów bądź usług jest to potwierdzenie wysokiej jakości, która stymuluje dalszy rozwój, a także potwierdza pozycję firmy na rynku. Zdobyty tytuł to także informacja, że jest to rzetelne, profesjonalne i odpowiedzialne za swoje działania przedsiębiorstwo. Bazując na doświadczeniach zdobytych przez wiele lat przy konkursie „Mazowiecka Firma Roku” wiem, że tytuł zdobyty w naszych przedsięwzięciach podnosi prestiż oraz wzbudza zaufanie w oczach klientów i kontrahentów. – konkluduje Bogatek.**

« wstecz

O nas Reklama Prenumerata Kontakt

Copyright © 2008 AdPress Wydawnictwo Reklamowe Sp. z o.o. All rights reserved.

Realizacja Ideo
Powered by Edito CMS

Partnerzy:

Doradca prawny:

