

## ZADANIE KONKURSOWE

**POL-SKONE** Sp. z o.o. jest jedną z największych i najbardziej dynamicznie rozwijających się polskich firm branży stolarki budowlanej. Ofertę firmy stanowią: drzwi wewnętrzne (malowane, okleinowane, laminowane i fornirowane); drzwi techniczne (dźwiękoizolacyjne i przeciwpożarowe), drzwi zewnętrzne, okna drewniane, ościeżnice, listwy drzwiowe i przypodłogowe a także okiennice. **POL-SKONE** jest obecna na polskim rynku od 1990 roku. Obecnie dysponuje trzema nowoczesnymi, w pełni skomputeryzowanymi zakładami produkcyjnymi w Lublinie, Biłgoraju i Niemcach. Zatrudnia ponad 900 wysoko wykwalifikowanych pracowników. Produkuje swoje wyroby od podstaw z najlepszego gatunkowo drewna pochodzącego wyłącznie z polskich lasów. Celem firmy jest wytwarzanie wyrobów o jakości spełniającej oczekiwania Klientów oraz utrwalenie opinii zaufanego partnera.

Firma **POL-SKONE** opiera swoje działania na zrównoważonym rozwoju spełniając najwyższe standardy społeczne i środowiskowe na rynku. Jako jedna z nielicznych w Polsce otrzymała międzynarodowy **Certyfikat FSC (Forest Stewardship Council)** świadczącym o odpowiedzialnym zarządzaniu gospodarką leśną. Firma **POL-SKONE** jest również zdobywcą odznaczenia "**Zielona Marka**", będącego niezależnym certyfikatem wyróżniającym przyjazne środowisku i człowiekowi produkty. Wyróżnienie podkreśla energooszczędne cechy i korzyści ekonomiczne wynikające bezpośrednio z wyboru produktów oznaczonych tym logotypem.

### Treść zadania konkursowego:

Kreatywność Kluczem do Sukcesu to rywalizacja o nagrodę za najbardziej **efektywną i oryginalną kampanię marketingową**. Jako specjalista ds. marketingu otrzymujesz zadanie stworzenia kompleksowej kampanii polegającej na promocji wizerunku marki POL-SKONE oraz oferowanych produktów. Zarząd Spółki przydzielił ci na ten cel budżet w wysokości **2 mln złotych**. Kampania powinna zawierać opisaną wizję i propozycję projektu graficznego, analizę rynku oraz konkurencji, planowane działania promocyjne na okres **III kwartału 2016** z podziałem na poszczególne narzędzia promocji. Zarząd szczególnie nacisk kładzie na **zwiększenie rozpoznawalności marki i produktów POL-SKONE** przez Klienta oraz zwiększenie sprzedaży. Przedstaw Zarządowi Spółki swoją wizję w postaci raportu planu działań promocyjnych wraz z harmonogramem.

Prosimy, aby prace zawierały konkretne koncepcje i przykłady wykorzystanych metod oraz strategii marketingowych. Przy planowaniu kampanii należy uwzględnić specyfikę rynku budowlanego, a także jego sezonowości w w/w okresie.

**Objętość:** max. 12 stron A4

**Format pracy:** DOC, PDF