

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Budowanie wizerunku organizacji

Wydział Zarządzania i Ekonomii,  
Politechnika Gdańska

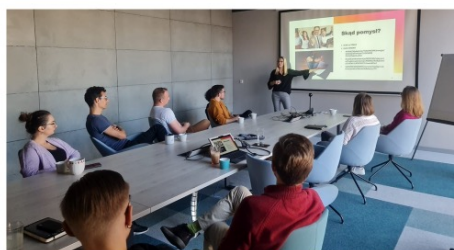
21.11.2024, Joanna Świątek

Politechnika Gdańska  
Data 21.11.2024 r.



Dzień dobry!

  
Joanna Świątek  
LIFE & BUSINESS COACH



---

## Plan spotkania

---

- Co to jest wizerunek
- Po co nam „odpowiedni wizerunek”
- Co wpływa na wizerunek organizacji
- Let's have fun!





## Cel naszego spotkania:

- Jak budować pozytywny wizerunek organizacji
- Dlaczego to jest ważne
- Dobrze się przy tym bawić:)

## Zagadka nr 1 *Barbie*

Jestem miła i towarzyska. Mam długie włosy (najczęściej blond), super ubrania i zawsze uśmiech na twarzy.

Mój ulubiony kolor to różowy. W świecie mody, stylu i urody jestem ikoną.

Każdy mnie zna, choć nie jestem prawdziwa, a w rękę trzymam marzenia:)

Kim jestem, zgadnij ☺?





## Portfolio MATTEL

- 1945 – **Założenie** przez Ruth i Elliotta Handlerów oraz Harolda Matson.
- **Ramki do zdjęć**, a później zabawki (uwaga innowacja- z plastiku!)
- 1959 - Powstanie **Barbie**
- Firma stała się producentem licencjonowanych produktów związanych z **filmami Disneya**.
- współpracę z innymi gigantami, takimi jak **Google** czy **Apple**, wprowadzając **interaktywne zabawki**.
- **30 tys pracowników**



## Zagadka nr 2



Czerwony jak ogień, szybki jak wiatr,  
Na torze i drodze wygrywam każdy start.

Mój znak to wierzcholec, dumny i mocny.  
W sercu Włoch mam swoją historię, pełną  
chwały i pasji.

Jestem marzeniem wielu ludzi! Daję  
prędkość, daję moc, daję wolność!

Zgadnij kim jestem 😊?



To zdjęcie, autor: Nieznany autor, licencja: CC BY-SA



## Ferrari- ciekawostki

- **Enzo Ferrari** założył w 1929 r. **Scuderia Ferrari** zespół wyścigowy działający pod patronatem Alfa Romeo
- W 1947 roku zaprezentowano **pierwszy samochód z logo Ferrari**
- Fiat właścicielem większości firmy (1988-2004)
- Formuła 1: zespół Ferrari zdobywa tytuł mistrza świata z **Michael Schumacherem** (5 razy z rzędu w latach 2000–2004)!
- Luksusowe samochody sportowe, **technologia i wydajność**
- **4 500 pracowników**, proces produkcji jest bardzo precyzyjny i ręczny



## Zagadka nr 3



Z małych klocków tworzę wielkie światy!  
Zbuduj, co chcesz, w mieście, na wsi,  
w górach, nad morzem...

Moje części pasują do siebie idealnie,  
A wyobraźnia wciąż rośnie, gdy składam je  
w całość.

Choć mam wiele lat, wciąż bawię i uczę!

Kim jestem, zgadnij ☺?





## LEGO- ciekawostki

- Założona w **1932 roku** przez **Ole Kirka Christiansena** w **Billund** w Danii.
- **Firma na 92 lata**
- LEGO: od drewnianych zabawek po plastikowe klocki (od 1949 roku).
- „**leg godt**”= „bawić się dobrze” (język duński)
- „**lego**” oznacza „czytać” lub „zbierać (język łaciński)
- **30 000** pracowników na całym świecie.
- fabryki i biura w wielu krajach, w tym w Danii, Meksyku, Chinach, Czechach i wielu innych



## Zagadka nr 4



Mój znak to owoc, lecz nie do zjedzenia.  
W rękach trzymasz moją moc, technologię  
marzenia.

Ekran dotykowy to mój świat, a każdy nowy  
model to krok do przodu, na światowy szlak.

Moje produkty to jakość i styl. Tworzę  
przyszłość, nie tylko chwile!

Kim jestem, zgadnij ☺?



## Co to jest wizerunek organizacji



Wizerunek- sposób, w jaki dana organizacja jest **postrzegana przez różne grupy interesariuszy** (klienci, pracownicy, inwestorzy, media czy społeczność lokalna). To **zbiór opinii, przekonań i odczuć**, które kształtują się **na podstawie doświadczeń, komunikacji i działań organizacji w różnych obszarach jej działalności.**

Wizerunek jest często rezultatem długotrwałego procesu budowania marki i obejmuje zarówno aspekty wizualne, jak **logo, kolory i design**, jak i emocjonalne, takie jak **wartości, misja, etyka działania czy zaangażowanie społeczne.**

# Misja i wizja

## MISSION AND VISION STATEMENT OF

- Misją Apple jest „**zapewnienie klientom najlepszych wrażeń użytkownika poprzez innowacyjny sprzęt, oprogramowanie i usługi**”.
- Wizją Apple jest „tworzenie najlepszych produktów na świecie i pozostawienie świata lepszym, niż go zastaliśmy”.
- Wartości: **INNOWACJA, JAKOŚĆ, PROSTOTA, ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA, DĄŻENIE DO DOSKONAŁOŚCI, ROZWÓJ TECHNOLOGICZNY**
- **164 000** pracowników

<b>Belief</b>	Children are our role models			
<b>Mission</b>	Inspire and develop the builders of tomorrow			
<b>Vision</b>	A global force for Learning-through-Play			
<b>Idea</b>	System-in-Play			
<b>Values</b>	Imagination • Fun • Creativity • Caring • Learning • Quality			
<b>Promises</b>	<b>Play</b> Play Well	<b>People</b> Succeed and Grow Together	<b>Planet</b> Positive Impact	<b>Partner</b> Mutual Value Creation
<b>Spirit</b>	Only the best is good enough			

- Misją Grupy LEGO jest **inspirowanie i rozwijanie budowniczych jutra**
- Naszą aspiracją jest dotarcie z naszymi doświadczeniami w zakresie zabawek do coraz większej liczby dzieci poprzez globalizację systemu LEGO® Play i jego innowację.
- Wartości!



### A co z Tobą?

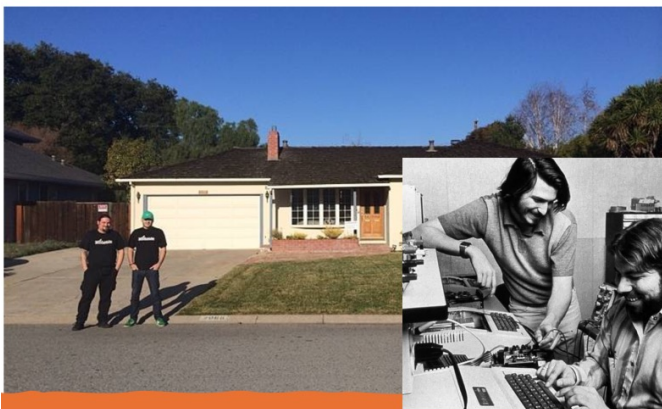
- Czy możesz budować swój wizerunek?
  - „Jak Cię widzą, tak Cię piszą”
  - Kim chcesz być w przyszłości?

## Co wpływa na wizerunek

- **Komunikacja marketingowa**  
reklama, public relations, media społecznościowe, LOGO
- **Jakość produktów i usług**
- **ESG, CSR**  
Zaangażowanie w sprawy społeczne i środowiskowe
- **CX- Doświadczenia klientów**  
obsługa, interakcje z firmą, łatwość kontaktu  
ZACHOWANIA PRACOWNIKÓW
- **Reputacja w branży**  
Opinie ekspertów, rankingi, recenzje



2066 Crist Drive, Los Altos, CA - Garaż przy domu rodzinnym Steve'a Jobsa



## Jak budować wizerunek

1. **Spójność** – wszystko, co robisz, powinno pasować do tego, czym chcesz być (np. firma ekologiczna, firma przyjazna dzieciom).
2. **Transparentność** – bycie szczerym i otwartym w komunikacji.
3. **Zaangażowanie** – aktywność w społeczności, pomoc innym, odpowiedzialność społeczna.
4. **Jakość** – oferowanie dobrego produktu lub usługi.



## Po co ten cały wizerunek?

---

- wpływa na decyzje zakupowe
- lojalność klientów
- atrakcyjność dla pracowników
- postrzeganą wartość firmy



## Kolor ma znaczenie!



Szczęście, optymizm, radość.  
Wzywa do działania.  
**Usługi dla dzieci,  
przemysł spożywczy  
i motoryzacyjny.** (Mc Donalds)

Harmonia, równowaga, spokój, zdrowie.  
Logo byto lekkie, ale nie krzykliwe..  
**Medycyna, produkty ekologiczne  
i kosmetologia.**

Chłodny kolor, ale uspokaja, klaruje  
myśli i działa jako symbol pewności  
siebie, zaufania.  
**Finanse, usługi prawne,  
technologiczne i bankowe**

Sita, młodość, pewność siebie,  
szybkość. silny wpływ na układ  
nerwowy człowieka: nadanie  
dynamiki, przyciągnięcie uwagi.  
Wzywa do działania.  
**Fast food, siłownie, napoje  
energetyczne.**

Elegancja, luksus, wyrafinowanie,  
jakość. Najczęściej czerń jest  
używana z czernią, tworząc  
monochromatyczny obraz.  
**Piękno w prostocie.**

Czystość, niewinność i świeżość.  
Neutralny.  
**Firmy technologiczne, służby  
zdrowia i marki luksusowe.**

## Tworzymy wizerunek własnej organizacji

- GRUPA DOCELOWA
- JAKIE WARTOŚCI PROMUJE
- LOGO I KOLORYSTYKA
- JAK ZDOBYWA ZAUFANIE KLIENTÓW
- JAK DBA O WIZERUNEK

## Let's have fun!

- 1** **Snack Time**  
*Firma produkująca zdrowe przekąski*
- 2** **Book Haven**  
*Księgarnia dla dzieci*
- 3** **Sky High**  
*Firma organizująca loty balonem*
- 4** **Junior Arts**  
*Firma organizująca warsztaty artystyczne*
- 5** **Fun Tech**  
*Firma tworząca gadżety technologiczne dla dzieci*
- 6** **Adventure Sports**  
*Firma organizująca zajęcia sportowe*
- 7** **Happy Animals**  
*Sklep z produktami dla zwierząt*



—  
To wszystko na dziś:)  
Dziękuję!

[www.joannaswiatek.pl](http://www.joannaswiatek.pl)

[kontakt@joannaswiatek.pl](mailto:kontakt@joannaswiatek.pl)



Joanna Świątek  
LIFE & BUSINESS COACH