

Marki, strategie, działania

Jan Kowalewicz

2025



zawartość portfolio

Start marki
odzieżowej →

Komunikacja
premium →

Marketing dla
biznesu lokalnego →

Marketing
strategiczny →

Koordynacja działań
marketingowych →

peels[©]

start marki
odzieżowej

peels[©]





kategoria współpracy

Wprowadzenie marki na rynek

wartościowe dla

Firm, które chcą sprawiać
wrażenie większych niż
w rzeczywistości

A woman with blonde hair, wearing a grey jumpsuit and white sneakers, stands on a dark surface. She is looking down at a large, crumpled, translucent blue plastic bag she is holding in her left hand. In her right hand, she holds a smaller, crumpled orange plastic bag. The background is a vast blue sky filled with scattered white clouds. The word "peels" is written in white lowercase letters across the middle of the image, with a copyright symbol to its upper right.

peels[©]

punkt wyjścia współpracy

Klientka chce produkować scrubsy - ubrania dla pracowników medycznych



co tutaj zrobiłem?

- Budowa marki
- Strategia marki
- Naming
- Branding
- Sesja zdjęciowa
- Packaging
- Sklep www
- Koordynacja marketingu

wyzwanie we współpracy

Jak sprawić, aby lekarze szybko
zaufali marce, która nie ma historii.

w jaki sposób to zrobiłem?

Chcąc zbudować zaufanie klienta, musimy przede wszystkim wiedzieć czego oczekuje. W tym celu przeprowadziłem ponad 20 wywiadów z lekarzami, analizując ich potrzeby.

Jeśli obiecujemy coś klientowi, to musimy to dowieźć. Z tego powodu obietnicę marki zbudowałem na podstawie warsztatów mapujących realne zasoby i przewagi mojej klientki.

Młodym markom się wybacz, ale jeśli chcesz zbudować silny brand, to musisz się postarać. Dlatego proces zakupu i dostawy naszych ubrań wykorzystaliśmy jako miejsce do budowy przewagi marki.





54%

wzrost świadomości marki w ciągu 1. roku

*według danych
Google Analytics

testimonial



“Janek był trochę jak
wspólnik w firmie – miałam
silne poczucie, że nie jestem
sama. Pomógł mi rozkręcić
markę i znaleźć ludzi,
których potrzebowałam.”

Weronika - właścicielka

An overhead view of a meeting around a dark table. A man in a pink shirt sits on the left, a woman in a maroon shirt on the right holding a coffee cup. A third person's hands are visible at the top. A dachshund dog sits on the floor between the man and woman. The table has papers, a red folder, a smartphone, and a laptop on the right.

ebligo

marketing dla
lokalnego biznesu

ebligo



kategoria współpracy

Marketing dla lokalnego biznesu

wartościowe dla

Przedsiębiorców, którzy chcą rozwijać lokalny biznes strategicznym marketingiem



eblogo

punkt wyjścia współpracy

Klient przejmuje lokalny rodzinny biznes ubezpieczeniowy od 20 lat “działający bez marketingu”



co tutaj zrobiłem?

- tożsamość marki,
- strategia marki,
- naming,
- branding,
- sesja zdjęciowa,
- strona www,
- wdrożenie online i offline

wyzwanie we współpracy

**Jak sprawić, aby działający dobrze
biznes działał lepiej bez znaczących
nakładów?**

w jaki sposób to zrobiłem?

Jednym ze sposobów rozwoju biznesu jest sprawić, aby aktualni klienci płacili nam więcej. W tym celu w ramach tworzonej marki położyłem nacisk na przejrzyste skonstruowanie oferty.

Tam, gdzie Ci sami gracze od lat konkurują w ten sam sposób, warto spróbować zmienić zasady gry. Dlatego w miejsce “tańszych produktów” postanowiliśmy wprowadzić jakościową usługę nowej marki.

Budując nowe, często stajemy przed wyzwaniem, że musimy pożegnać stare. Narracja tego brandu to pomost między 20 letnią reputacją lokalnego biznesu, a współczesną nowopowstałą marką.

Ubezpieczenia w porządku



130%

roczna dynamika wzrostu

*według danych
finansowych klienta

testimonial



To była fachowa usługa
i w całości poparta
doświadczeniem lub wiedzą
- niezależna od tego “którą
nogą wstał”. Klienci znacznie
częściej mnie polecają
i zostawiają u mnie więcej
pieniędzy.

Bartosz - właściciel

nami
BEEF AND REEF

komunikacja
dla restauracji
premium

Nami

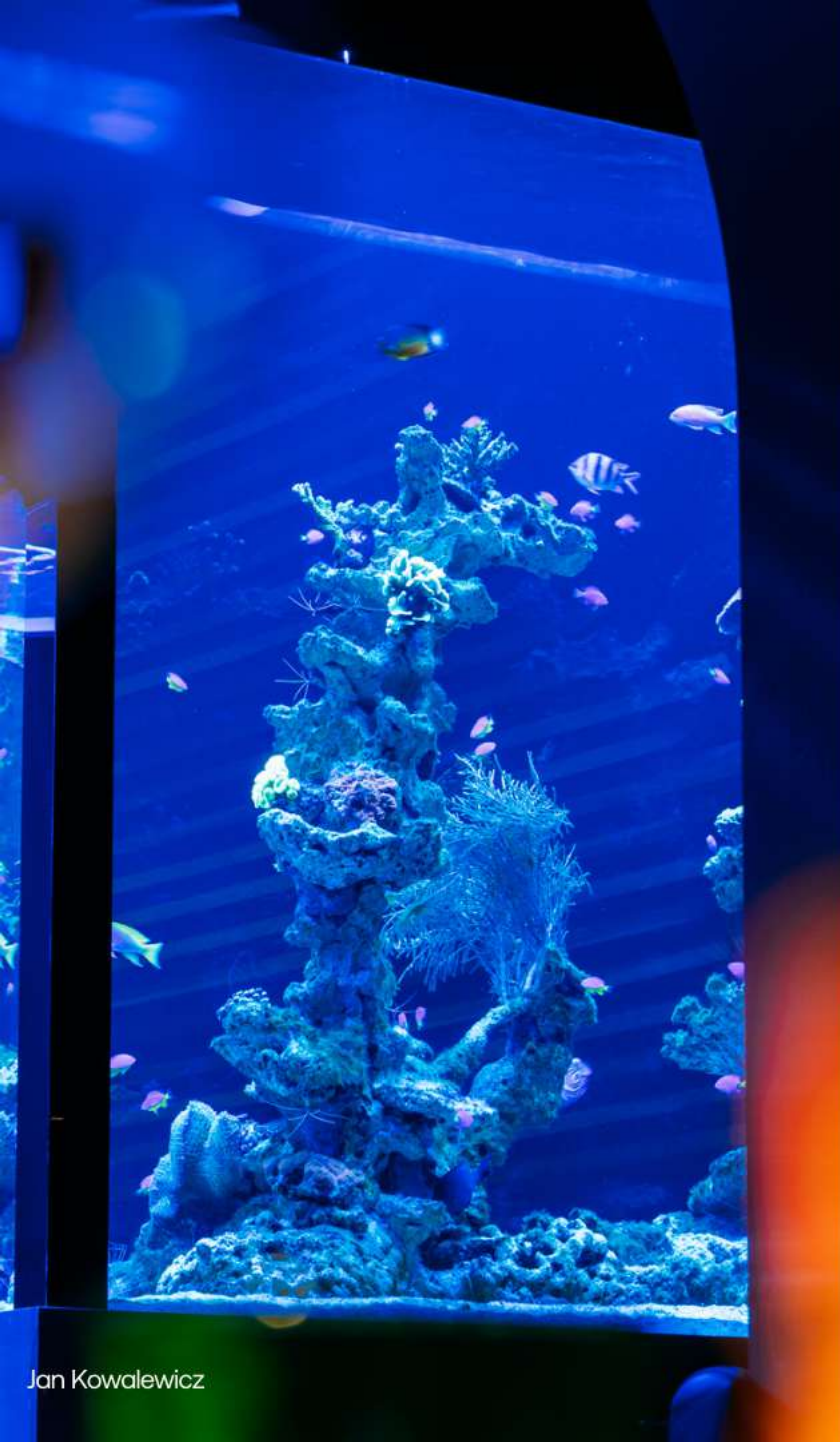


kategoria współpracy

Komunikacja dla restauracji premium

wartościowe dla

Biznesu zwiększającego udział w zajmowanym segmencie rynku.



Jan Kowalewicz



Portfolio

2025

punkt wyjścia współpracy

Restauratorzy uruchamiają kolejną markę w segmencie premium



co tutaj zrobiłem?

- doradztwo marketingowe,
- strona www,
- komunikacja marki

wyzwanie we współpracy

Jak dotrzeć z nowym brandem do nowych odbiorców, działając od lat w danym segmencie

w jaki sposób to zrobiłem?

Kreatywne rozwiązania wymagają żmudnej analizy. Dlatego charakter komunikacji tej marki wypracowałem zderzając jej strategię z obserwacją trendów i rzetelną analizą konkurencji.

Dany segment (np. premium) może być silnie zróżnicowany wewnątrz (np. bóle klientów). Od tego wyszedłem, budując język nowej marki w oparciu o rozwiązania inne niż sprawdzone dotychczas.

Społeczność to wspólna potrzeba przynależności. Zbudowałem ją, angażując i nagradzając odbiorców za organiczne tworzenie treści naszej marki.

400%

średniego miesięcznego przyrostu obserwujących w branży

*według benchmarków
Meta, Hootsuite i Buffer

testimonial



Janek zawsze dawał
bezpieczeństwo i więcej niż
zwykłe wywiązywanie się
z ustaleń. Mogłem liczyć na
niego przez 8 lat i dalej po
takim czasie potrafił
pokazać, że nowe rzeczy
też robi dobrze.

Dariusz - Brand Manager



marketing
strategiczny

Bison Energy



kategoria współpracy

Marketing strategiczny

wartościowe dla

**Firm potrzebujących
wsparcia marketingowego
w strategicznych decyzjach**



punkt wyjścia współpracy

Instalatorzy fotowoltaiki chcą najlepiej wykorzystać swoją reputację i rynkową koniunkturę



co tutaj zrobiłem?

- strategia marki,
- strategia komunikacji,
- wizerunek wewnętrzny,
- planowanie i realizacja marketingu

wyzwanie we współpracy

Jaki marketing powinna prowadzić
mała firma konkurując z gigantami
na rynku w czasie boomu

w jaki sposób to zrobiłem?

Same przewagi nie wystarczą, by wygrać – trzeba wykorzystać je strategicznie. Wiedząc to, chroniłem kluczowy zasób – wiedzę – rozwijając w firmie utożsamianie się pracowników z marką.

Wzrost rynku to często spadek jakości. Dlatego projektowałem strategię marki tak, aby zmieniający się rynek i jego pogarszająca się reputacja podkreślały wyróżnik naszej marki – jakość.

Cała firma w jednym budynku to szybki dostęp do wiedzy z sąsiedniego pokoju. Wykorzystałem to rozwijając 5-cio osobowy interdyscyplinarny zespół wewnątrz firmy do jakościowego marketingu.

10-15%

konwersja sprzedaży w mailowych kampaniach upsellingowych

testimonial



Marketingowcy mało mówią o długofalowości, mówią o “tu i teraz”. Janek za to zapowiadał, że strategia nie przynosi “efektu wow” od razu. I tak było, ale nie powiedział, że ten “efekt wow” przyjdzie z czasem, i że będzie ogromny.

A top-down photograph of a person's hand reaching towards a small, open jar of white cream on a light-colored desk. The hand is positioned in the center-right of the frame. To the left of the hand is a small, round, green glass bottle with a black cap. In the bottom left corner, there is a notebook with a green leaf illustration and a white pen. The overall lighting is soft and natural, creating a clean and professional aesthetic.

Medistica

Medycyna + Piękno

koordynacja działań marketingowych

Medistica



kategoria współpracy

Koordinacja działań marketingowych

wartościowe dla

Firm, które potrzebują zewnętrznego działu marketingu

punkt wyjścia współpracy

Klient rozczarowany agencją poszukuje kompleksowej obsługi na partnerskich zasadach



co tutaj zrobiłem?

- audyt działań,
- strategia digital,
- realizacja działań, budowa i architektura marki

wyzwanie we współpracy

Jak odbudować zaufanie do marketingu u klienta z takimi doświadczeniami?

w jaki sposób to zrobiłem?

Problemem we współpracy z agencjami marketingowymi jest rotacja pracowników. Dlatego dobrałem zespół wyjątkowych niezależnych specjalistów w zakresie marki, brandingu i marketingu digital.

Długoletnia współpraca wymaga okresowej kontroli i udoskonaleń. Wiedząc to, zoptymalizowałem marketing, opierając się na rzetelnym audycie działań i kanałów promocji.

Gdy na przestrzeni czas pojawiają się nowe cele, łatwo zapomnieć o tych głównych. Świadomy tego zbudowałem strategię marketingową w oparciu o kluczowe i rozwojowe potrzeby organizacji.

500%

wzrost liczby wykonywanych najważniejszych zabiegów

*dane klienta

testimonial



Janek tworzył zewnętrzny zespół marketingowy na początku rozwoju naszych marek. Pełen profesjonalizm i wysoka jakość. Razem nadawaliśmy kurs marce Medistica, która dziś jest parasolem dla 5 kolejnych.

Bartosz - prezes zarządu



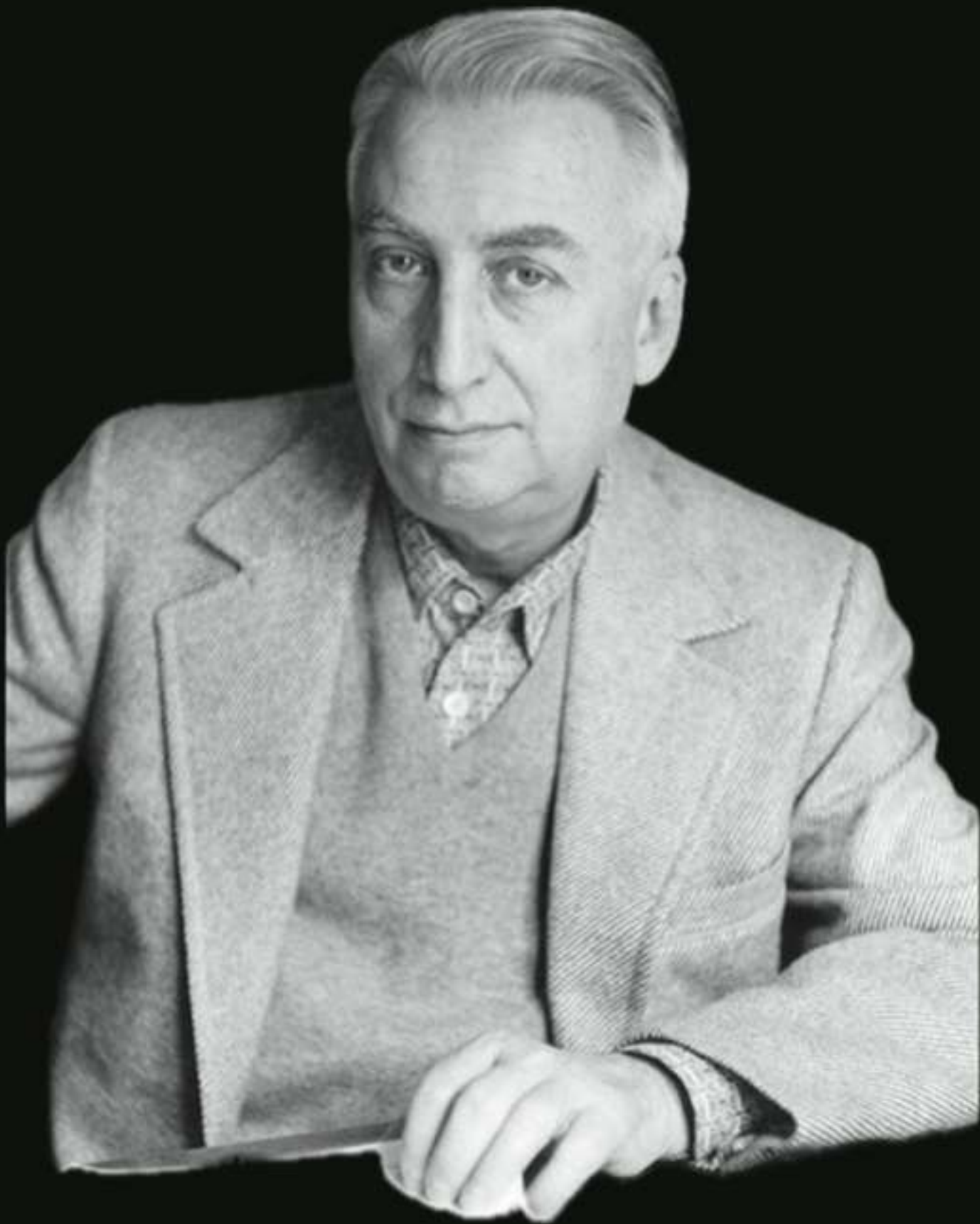
Jan Kowalewicz

Od 2015 roku działam w marketingu. Tworzę marki, ich strategie i komunikacje. Planuję, realizuję i koordynuję działania marketingowe. Doradzam strategicznie.

Poza tym spędzam czas przede wszystkim z rodziną i przyjaciółmi. Uprawiam sport, poznaję sztukę i odkrywam świat.

Moje teksty spoken word wydano w książce poetyckiej i drukowano w innych wydawnictwach zwartych.

rzeczowe podejście



Odkąd pamiętam, sprawdzam trwałość połączeń rzeczy, znaków i znaczeń. Doskonale wiem, jak wygodnie jest pozostawać w kreatywnej próżni.

I jeszcze lepiej rozumiem, że marketing to coś więcej (sic!) niż to. Przełomowe pomysły, nieprzewidywalne strategie i wyszukane insighty są w gruncie rzeczy bezwartościowe bez pracy u podstaw.

Wyjątkowa kreatywność bywa dziełem przypadku albo powstaje w istocie rzeczy na drodze faktów. Obie stanowią wartość dla biznesu, ale tylko na tę drugą mamy rzeczywisty wpływ.

usługi

koordynacja
marketingu

strony www
i aplikacje

strategie

budowa marki

komunikacja

branding

wdrożenie
w organizacji

kontakt



napisz do mnie

jan@jankowalewicz.pl

skontaktuj się

539 613 242

dowiedz się więcej

jankowalewicz.pl

dziękuję,

pozdrawiam!