



Nie tracę zmysłów, kiedy Cię zobaczę...

O sztuce odpuszczania w relacjach



KONRAD SIWIŃSKI
MINDS&ROSES



AGNIESZKA ŚPIONEK
MASTERCARD ADVISORS



MIŁOŚĆ

silne uczucie do drugiej osoby, wywołujące chęć stałego przebywania z nią i uszczęśliwiania jej, przejawiające się troską i czułością, połączone zwykle z przywiązaniem i szacunkiem



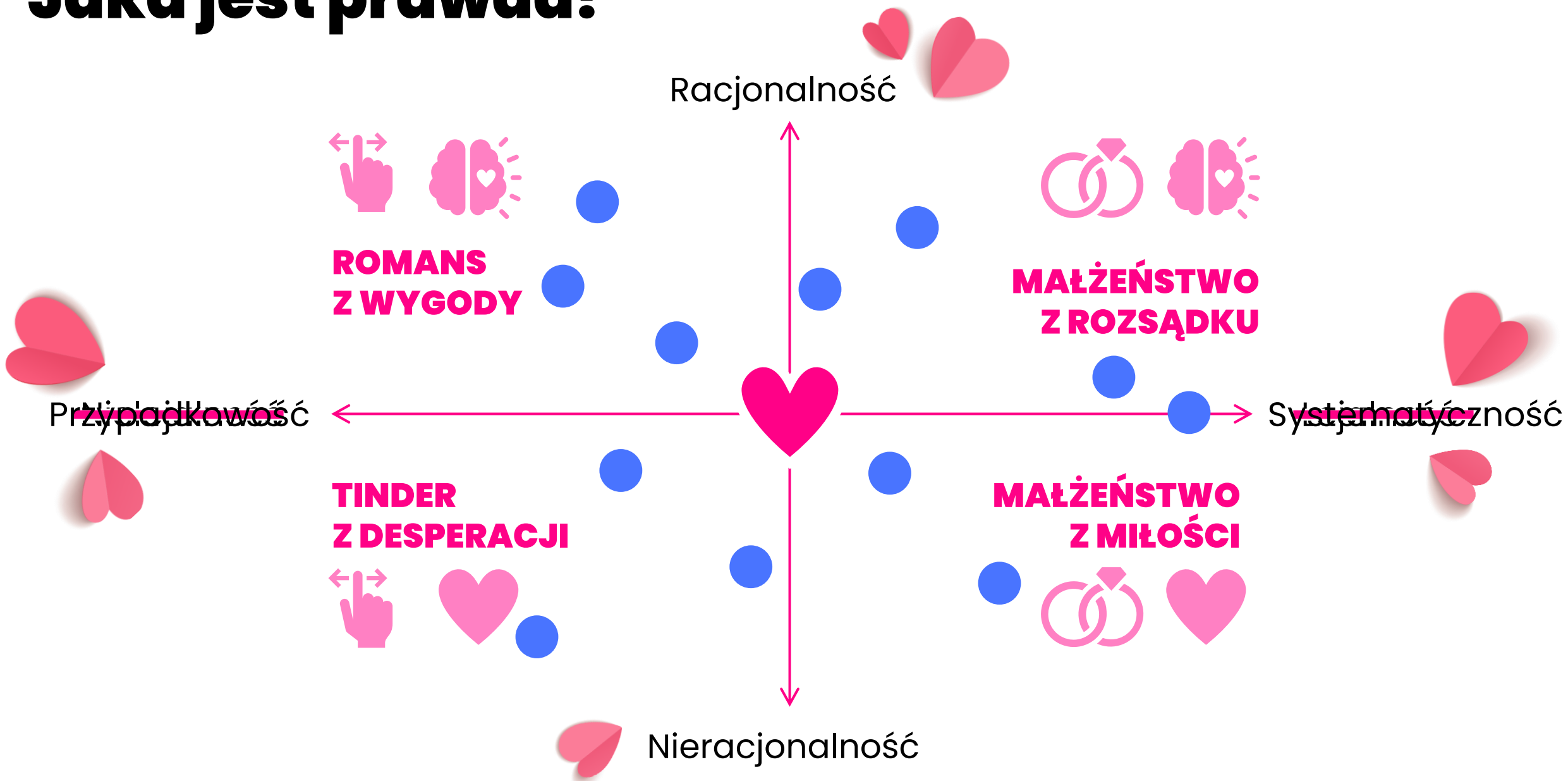
LOJALNOŚĆ

cecha kogoś, kto dochowuje komuś wierności i jest wobec niego uczciwy

No nie! Przestańmy się oszukiwać



Jaka jest prawda?



**Jesteśmy tu dzisiaj
dla Was**

**z garścią niezawodnych
porad, jak znaleźć**

~~przyjaciela~~

**i zbudować z nim
trwałą relację.**



WYJDŹ Z DOMU



„Nawet Kopciuszek musiał iść
na imprezę, żeby znaleźć księcia”

Agę Anonim

Ponad

90%

**osób nie jest
w procesie
decyzyjnym**



A gdy przyjdzie czas decyzji, to nie są aż tak wnikliwi i chętni do wysiłku, jak myślimy

46%

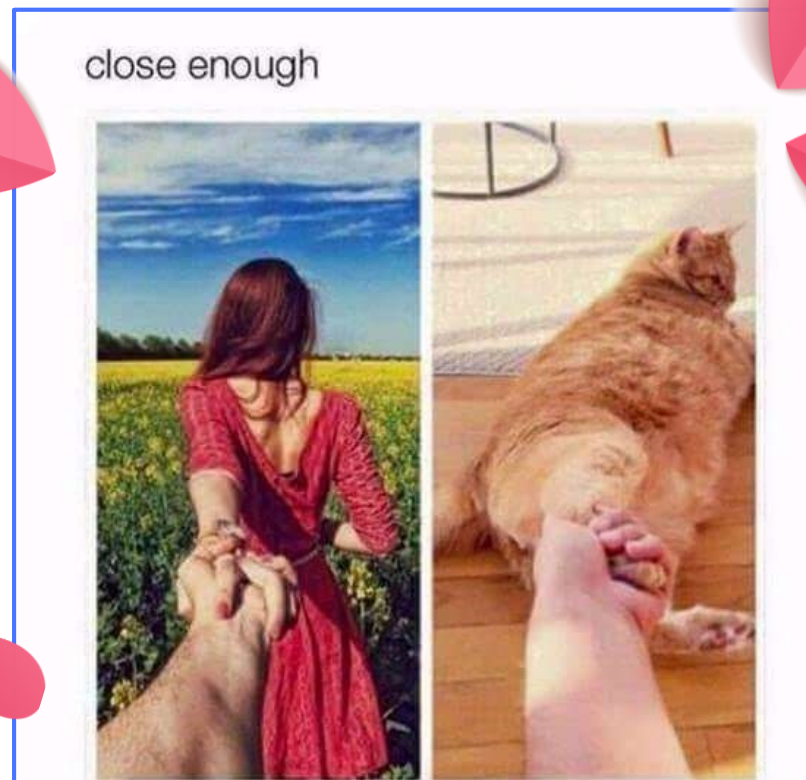
nie lubi analizować wszystkich opcji przy zakupie

33%

wskazuje bliskość placówki jako kluczowy czynnik wyboru banku

35%

uważa, że podsumowanie recenzji produktu lub usługi przygotowane przez AI nie jest przydatne



Pracowity research jest zarezerwowany dla wybranych kategorii (hobby, pasja), np. saszeta dla kota



WYRÓŻNIJ SIĘ

ALBO ZGIŃ

Albo: bądź jak dziecko
koleżanki Twojej starej



**„Szukam żony
z gotówką,
bielizną cielesną
i umeblowaniem”**

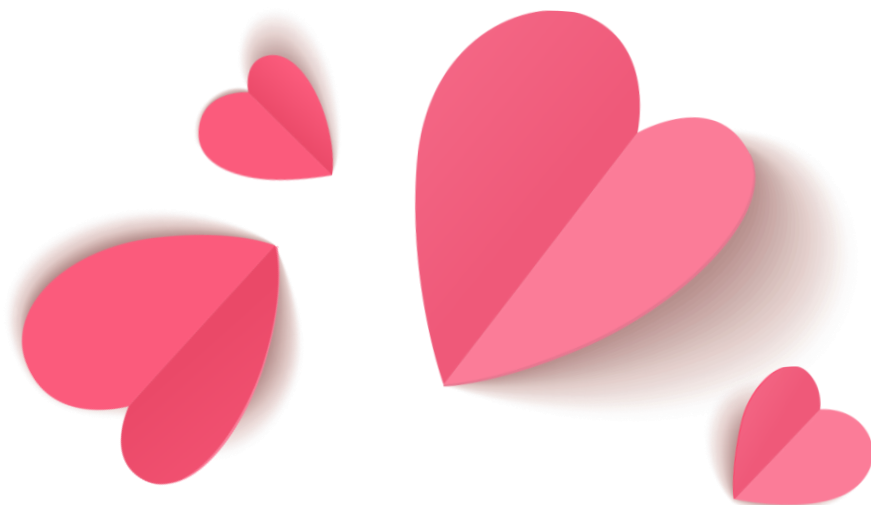


www.odkrywca.pl

Poślubię zaraz

inteligentną, znaczny majątek posiadającą wdowę o dobrym sercu, niezależną. Kapitału nie mam, a potrzebny jest do nabycia większego interesu; jestem inteligentnym przemysłowcem, z dobrej rodziny, wdowcem, lat 45. Tylko zamożne Panie raczą nadsyłać zgłoszenia z fotografią dyskretnie pod „Edward” poste restante **Kraków**. 1698

rzeźnik domowy
proszę o łaskawe poparcie.
Szukam żony z gotówką 100,000, bielizną cielesną i umeblowaniem. Mam flaki na sprzedaż.
Józef Kotlarzyk. Górna Wilda.



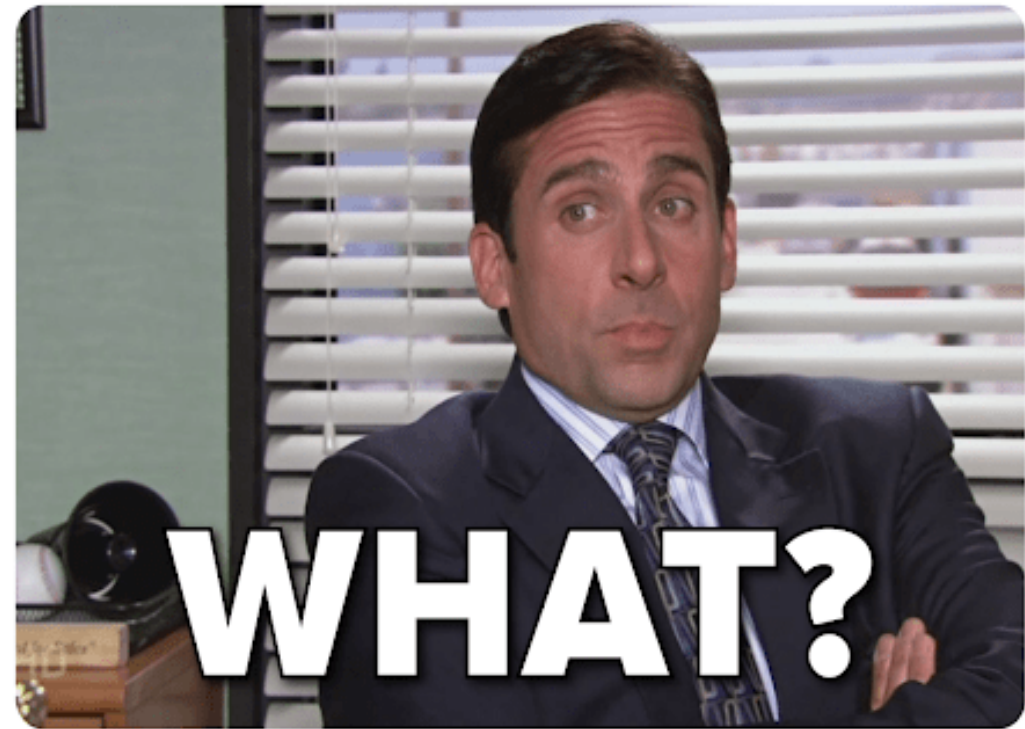
**Bo najgorzej
w życiu to...**

**... być zupą
pomidorową**



**“Our target market is men and
women, ages 18-75.”**

Marketing Agency:



Co to oznacza na rynku?

matrymonialnym?

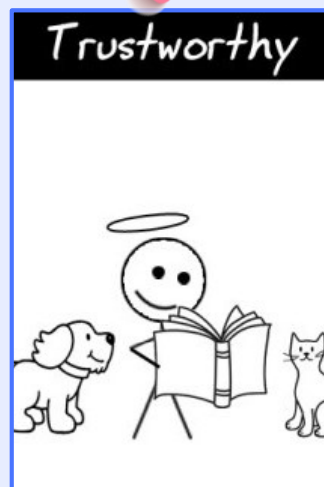
THE FAT RULE



ZAANGAŻOWANIE



PODOBANIE SIĘ



BRANDING

DISTINCTIVE BRAND ASSETS

CHARACTERS/
CELEBRITIES



SYMBOLS



SOUNDS/
MUSIC



'Holidays are coming...'

IMAGES



RITUALS



WORDS

JUST DO IT.

SHAPES



TYPEFACES

Cooler

Zastanów się też, czy jesteś wybierany rozumem czy sercem



WYBIERAM ROZWAŻNIE

- Kategorie usługowe, na lata

Partner wybierany przez rodziców

65%

bankowość

WYBIERAM ROMANTYCZNIE

- Kategorie zakupowe, tu i teraz

Partner wybierany samodzielnie

48%

marki odzieżowe



IDŹ W KOPERCZAKI

Koperczaki

daw. «zaloty, umizgi»

*Choć dobiegał sześćdziesiątki, zatartszy wygolonej czupryny,
koperczaki stroił do wdówek. Smol. W. Pisma III, 138.*

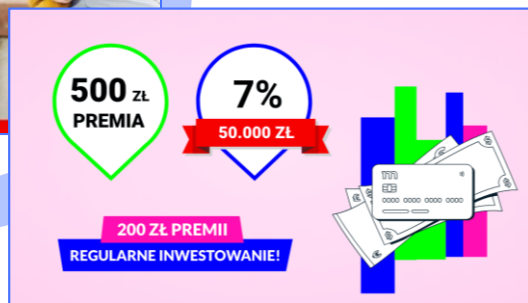
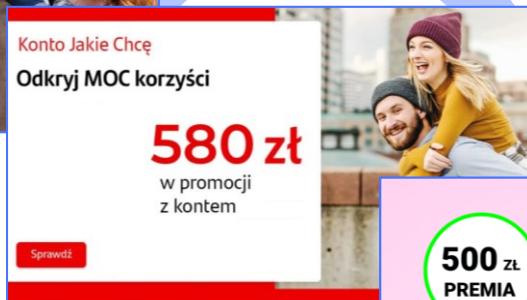


Dla niektórych pierwszy
i ostatni moment starania się

I serce, i rozum zdobyć można

dobłą promocją na start

PREMIA NA START



NATYCHMIASTOWA NAGRODA

59%

woli programy lojalnościowe,
które oferują nawet małą,
ale natychmiastową nagrodę

... bo pierwsza randka jest najważniejsza! **I pamiętaj, że to absztyfikant powinien zapłacić.**

I nie obrażajmy się, że wszyscy wciąż szukają, podrywają, odbijają...

Czego klient oczekuje od głównego vs. dodatkowego banku

GŁÓWNY

15%

Dobra premia na start

12%

Niskie oprocentowanie kredytów

DODATKOWY

21%

21%



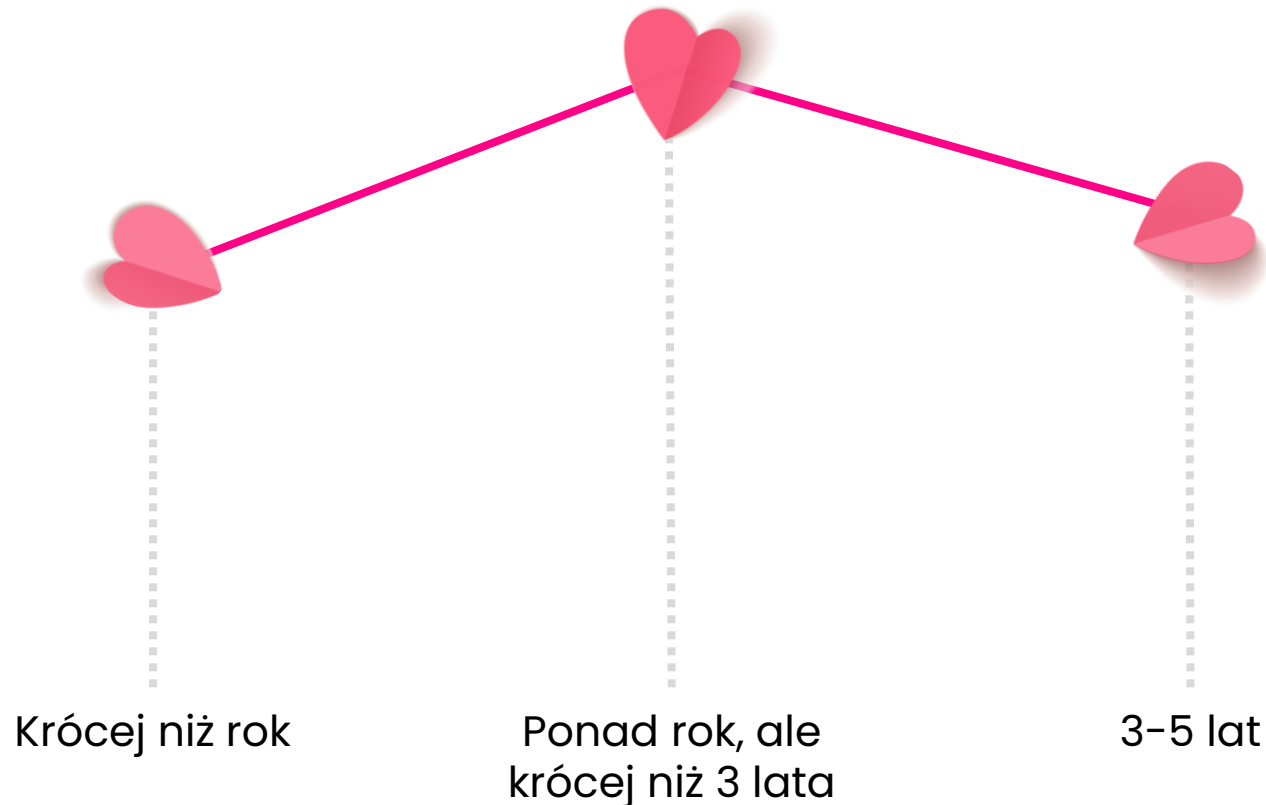
OD BAŚNI DO WAŚNI

A ginger cat is sitting on a dark rug, looking towards a tabby cat that is lying down on the same rug. The scene is dimly lit, with a blue tint. The ginger cat's tail is curled up. The tabby cat is lying on its side, looking towards the ginger cat.

Ona wierzyła, że on się zmieni.
On, że ona nie.

Klapki z oczu spadają...

NPS W KATEGORII BANKOWEJ



Te promocje to jednak były bardziej na start, a myślałem, że będzie tak **cały czas**

Ta personalizacja to jakoś nie działa

Ta relacja, co miała być **taka bliska**, jednak taka nie jest... A ja tyle zainwestowałem w klienta i on miał być **taki wierny**...

I jeszcze inni kuszą tego, kogo myśmy już upolowali!



49%

lubi kupować w miejscach, w których mogą znaleźć coś oryginalnego, wyjątkowego

65%

chętnie zrobi zakupy w sklepie innym niż dotychczas, jeśli cena będzie niższa

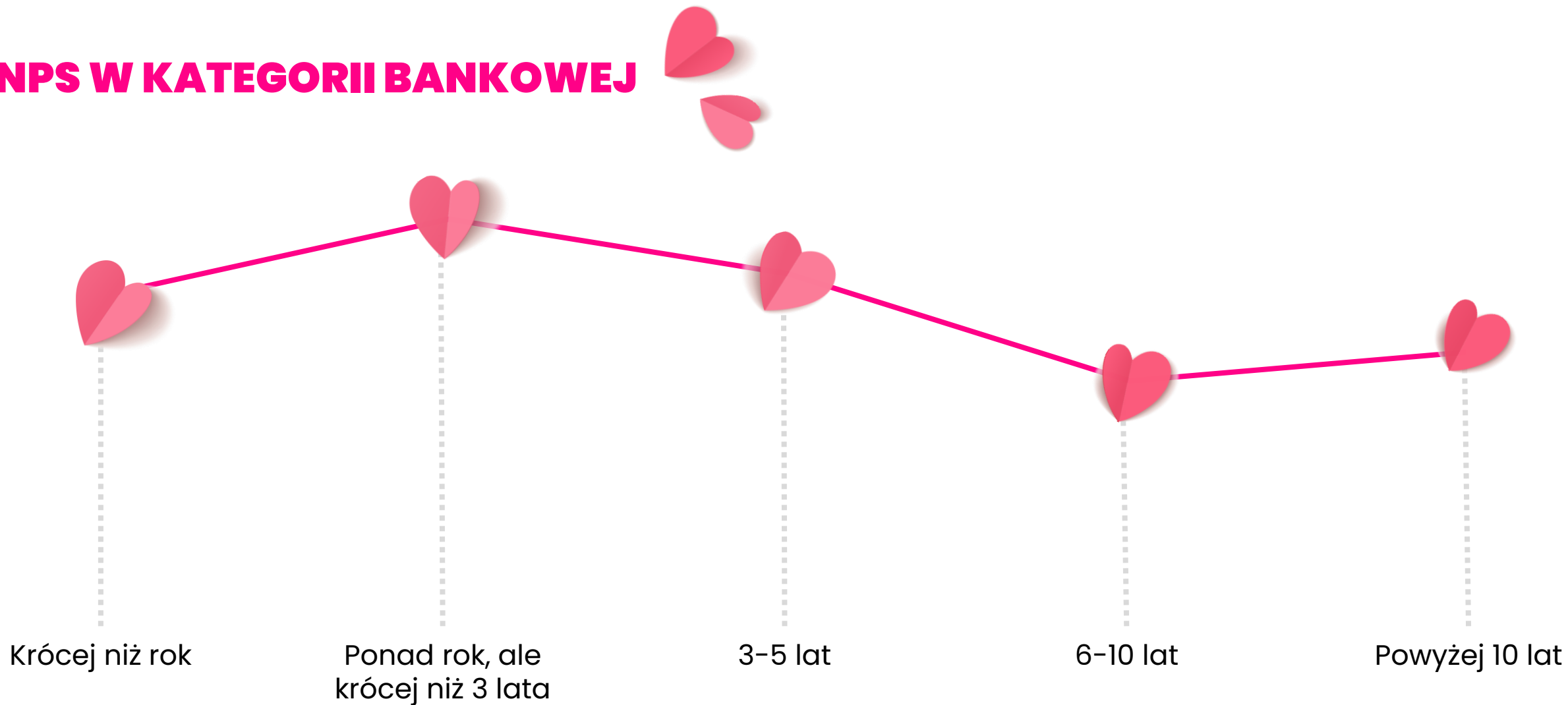
STARAJ SIĘ TROCHE, NAWET PO LATACH

Two elephants are standing in a savanna landscape, facing each other with their trunks touching. The background shows rolling hills under a clear blue sky. The entire image has a blue color overlay.

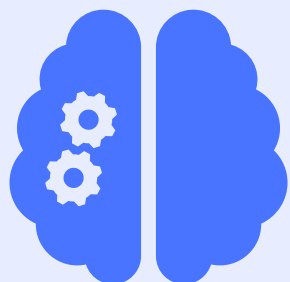
Ktoś odejdzie, a ktoś zostanie... pytanie kto?

Przetrawasz kryzys? Będzie ~~jak~~ **jak** ~~oś~~ **oś**!

NPS W KATEGORII BANKOWEJ



Ci, którzy zostają na lata, często kierują się i sercem, i rozumem



Anastasia 38

Jeśli masz więcej lat niż stałych zębów, to pora zapomnieć o młodych, pięknych dziewczynach i znaleźć taką, która umie szybko rozpoznać objawy udaru i zawału.



ROZUM = pragmatyzm



SERCE = nostalgia

A pozostali zamiast na lata – zostaną na lato

- Zamożni, młodzi i technologicznie sprawni będą **krążyć** po rynku i szukać najlepszego brandu
- Jeśli **planujesz się nie starać**, zostaniesz z partnerem, któremu jest **wszystko jedno**

43%

Klientów w kategorii bankowej zmieni markę, jak tylko pojawi się coś, z czego będą mieli większą korzyść

WNIOSEK?

Bądź czujny...
...ale pamiętaj też,
że masz do czynienia
z podrywaczami

O SZTUCE



BUDOWANIA RELACJI

... czyli kilka dobrych rad na koniec!

Jak zbudować fajną relację?



BUDUJ SWOJĄ MARKĘ

Bądź widoczny tak, aby trafić do konkretnej grupy docelowej, a nie do każdego

NIE BĄDŹ BAJKOPISARZEM

a tym bardziej oszustem z tintera

Nie obiecuj złotych gór, za to bądź fajnym towarzyszem codzienności

ROZŁÓŹ SIŁY NA DŁUŻSZY BIEG

Są różne etapy relacji i różne potrzeby na poszczególnych jej etapach

ZADBAJ O EMOCJE TYCH, KTÓRZY JUŻ CI ZAUFALI

Niedobrze jest pokazywać, że nowi mają lepiej

RELACJA TO PRACA

Jak mawiały babcie: „z nieba Ci nie spadnie”. Staraj się każdego dnia i spuść ciśnienie, a będzie Ci dane!

NO PRESSURE!



KONRAD SIWIŃSKI
MINDS&ROSES



AGNIESZKA ŚPIONEK
MASTERCARD ADVISORS

