



Marketing Empatyczny 3.0

*Twoje rękodzieło to luksus.
Czas, aby Twoja historia dorównała wartości Twoich prac.*



**Dowiedz się, jak wydobyć „wartość niewidoczną”
i budować markę w duchu Marketingu Empatycznego 3.0.**

Małgorzata Mrozek | Droga Harmonii

Punkt 1 : Autentyczność, czyli „Kto za tym stoi?”

W świecie masowej produkcji Twoja twarz i Twoja energia są jedynymi rzeczami, których nie da się podrobić. Klientka nie kupuje tylko przedmiotu – ona kupuje relację z twórcą.

- **W postach:** Pokaż, że nie musisz być „perfekcyjną modelką”. Ludzie ufają pasji, którą widzą w Twoich oczach, gdy opowiadasz o nowym projekcie.
- **Wskazówka:** Raz w tygodniu pokaż siebie przy pracy. Niech Twój odbiorca poczuje, że zna osobę, której powierza swoje pieniądze. Zaufanie to waluta Marketingu 3.0.

Punkt 2 : Twoje „Kozice z Kaszmiru”, czyli Dusza Surowca

Pamiętam z pracy w Wittchen, że opowieść o pochodzeniu materiału czy pracy ludzkich rąk potrafiła zmienić postrzeganie produktu w kilka minut. Gdy opowiadałam skąd się wziął jedwab i że miał związek z żoną pewnego cesarza z Chin, że buty są ręcznie robione przez człowieka, że włókno kaszmiru pozyskiwane jest z kozic górskich w regionie Kaszmir w Indiach ręcznie ; wierz mi nikt więcej nie spierał się o cenę....

Bo klient doceni cenę tylko wtedy, gdy zrozumie wyjątkowość składników. Twoja wełna, glina, len czy kamienie szlachetne mają swoją historię.

W postach: Nie pisz tylko „bawełna 100%”. Napisz: „Wybrałam ten splot, bo jest najdelikatniejszy dla skóry dziecka, a jego pozyskanie wspiera małe, etyczne tkalnie”.

Wskazówka: Zamień specyfikację techniczną w opowieść o wyborach. Pokaż, że selekcja materiałów to u Ciebie proces pełen uważności i troski o najwyższą jakość.

Punkt 3 : Wartość niewidoczna, czyli Rytuał Tworzenia

Klient widzi gotowy produkt, ale nie widzi 20 godzin Twojej pracy, nieprzespanych nocy i setek poprawek. Jeśli o tym nie opowiesz, on założy, że „to się po prostu zrobiło”.

W postach: Pokaż etapy, które są najtrudniejsze. Pokaż detale, których nikt nie zauważy na pierwszy rzut oka, ale które decydują o trwałości przedmiotu na lata.

Wskazówka: Użyj sformułowania: „To, co widzisz, to efekt 15 godzin precyzyjnego splotu. To, czego nie widzisz, to moja pasja włożona w każdy milimetr”. To buduje szacunek do ceny.

Punkt 4 : Transformacja, czyli : “ Jak zmieni się mój świat?”

Marketing Empatyczny uczy nas, że nie sprzedajemy rzeczy, ale stan emocjonalny, w jaki wprowadzą one klienta. Twoje rękodzieło ma moc zmieniania codziennych rytuałów w wyjątkowe chwile.

- **W postach:** Zamiast opisywać kubek, opisz „ten jeden, jedyny moment spokoju o 6 rano, gdy kawa w Twoim ulubionym naczyniu smakuje inaczej”.
- **Wskazówka:** Skup się na korzyściach emocjonalnych. Czy Twoja biżuteria daje pewność siebie na ważnym spotkaniu? Czy Twój szal daje poczucie bezpieczeństwa w chłodny wieczór? Nazwij te uczucia.

Punkt 5 : Historia marki, czyli :” Dlaczego to robię”?

Twoja osobista droga – to, jak zaczęłaś i dlaczego tworzysz właśnie to – jest magnesem na Twoją idealną klientkę. Ludzie chcą być częścią czegoś ważnego.

- **W postach:** Podziel się swoją misją. Może tworzysz, by dawać innym radość? A może po to, by ratować tradycyjne rzemiosło?
- **Wskazówka:** Twoja historia dorównuje wartości Twoich prac. Kiedy klientka pozna Twoje „dlaczego”, Twoje rękodzieło stanie się dla niej symbolem wartości, które sama wyznaje.

Twoja pasja zasługuje na to, by ją usłyszano ✨

Pamiętaj, że w świecie zdominowanym przez masową produkcję i pośpiech, Twoja autentyczność jest najcenniejszą walutą. Tworząc rękodzieło, dajesz światu coś, czego nie da się kupić w żadnej sieciówce: **swój czas, swoją uważność i kawałek swojej duszy.**

Nie bój się o tym opowiadać. Twoja praca nie jest „zbyt droga” – ona jest **bezcenna** dla kogoś, kto szuka prawdy i piękna. Twoje „kozice z Kaszmiru” czekają, byś je nazwała i pokazała światu.

Zacznij od jednego kroku. Od jednej historii pod zdjęciem. Od pokazania swojej twarzy z uśmiechem dumy. Ja wierzę w Twoją twórczość – teraz czas, by uwierzył w nią Twój marketing.

Gotowa na transformację swojego biznesu? ✨

Jeśli czujesz, że potrzebujesz przewodnika, który pomoże Ci wdrożyć te zasady w Twojej marce – napisz do mnie. Pomagam kobietom takim jak Ty zamienić pasję w stabilny, harmonijny biznes.

Napisz do mnie lub umów się na bezpłatną

konsultację: <https://www.malgorzatomrozek.eu/konsultacje>

Mail: admin@malgorzatomrozek.eu

Kim jestem ? Moja krótka historia....

„**Zawsze jest dobry czas na to, aby zmienić WSZYSTKO**”. To zdanie stało się moim mottem życiowym, gdy po dwóch dekadach pracy za granicą i prowadzeniu różnych biznesów w Polsce – od usług promedycznych po ekosprzątanie – poczułam, że czas na moje prawdziwe powołanie.

Moja droga nie była liniowa. Byłam sprzątaczką, przedstawicielem handlowym, pracowałam w transporcie i marketingu. Ale przełom nastąpił w najmniej oczekiwanym momencie.

Pamiętam ten wstyd, gdy klient z Niemiec zapytał o portfolio na Facebooku, a profil firmowy .. świecił pustkami. To był zimny prysznic. Zrozumiałam wtedy, że w dzisiejszym świecie nie wystarczy być rzetelnym specjalistą – trzeba umieć to pokazać.

A współpracowałam wtedy z firmą BWP Bau Okna i Drzwi na rynek niemiecki. Zajmowałam się marketingiem , a jednak czas pokazał , że przede mną było dużo zmian.....

Dzisiaj łączę 30 lat doświadczenia w marketingu z nowoczesnymi narzędziami. Ukończyłam grafikę komputerową, zgłębiłam tajniki AI i automatyzacji, a moja nowa misja to **Marketing Empatyczny 3.0**.

Moją wielką pasją stało się pisanie ebooków, w których dzielę się tą wiedzą – tworzenie wartościowych treści i przelewanie doświadczeń na cyfrowe strony sprawia mi ogromną radość. To wszystko składa się na moją nową misję: **Marketing Empatyczny 3.0**. Uczę firmy, jak budować bliskie, autentyczne relacje z klientami, bo wierzę, że za każdym ekranem stoi człowiek, który chce być usłyszany, a nie tylko „obsłużony”.

Właśnie buduję swój mentoring. Chcesz przejść tę drogę ze mną?



Kliknij w ikonkę

Zajrzyj na mojego bloga



Jak tworzyć marketing, który naprawdę porusza serca klientów?

Empatyczny marketing zaczyna się od słuchania. Zamiast zgadywać, czego potrzebują odbiorcy, warto ich zapytać,...

malgorzatomrozek.eu/



Z miłością do rzemiosła i marketingu z duszą – Małgorzata