



Strategia marki PGE Narodowy (skrót)

„Miejsce pozytywnej energii”



Marka „PGE Narodowy” jest połączeniem dwóch dotychczas samodzielnie funkcjonujących i silnych brandów „PGE” oraz „Stadion Narodowy”. W komunikacji Spółki PL.2012+ po raz pierwszy pojawiła się w lipcu 2015 roku po ogłoszeniu Partnerstwa Tytularnego z Polską Grupą Energetyczną S.A.

Nowa Marka od początku funkcjonowania korzysta z potencjału obu Partnerów. To była fuzja siły dotychczas wykorzystywanej marki z możliwościami, które otworzyły się przed nią dzięki partnerstwu z koncernem energetycznym. Dzięki temu w marce „PGE Narodowy” skumulowały się najlepsze cechy obu brandów: narodowy charakter, doświadczenie, jakość, innowacyjność, energię, pasję do działania i odpowiedzialność.

Silna Marka jest warunkiem realizacji podstawowych zadań największej publicznej areny wileofunkcyjnej w Polsce, czyli połączenia działalności komercyjnej ze zobowiązaniami wynikającymi z funkcji PGE Narodowego, jako obiektu użyteczności publicznej.

W obu tych przypadkach Marka odgrywa bardzo ważną rolę. W wymiarze komercyjnym siła Marki, w tym jej wizerunek, stanowi bowiem emocjonalne uzupełnienie oferty biznesowej. W wymiarze społecznym silna, rozpoznawalna Marka jest niezbędna do realizacji misji spółki PL2012+ , operatora PGE Narodowego.



1. MISJA

Misja organizacji, przedsięwzięcia, miejsca, czy w końcu grupy osób wyznacza kierunek ich funkcjonowania, jest czynnikiem integrującym wspólnie działania, odpowiedzią na pytania dotyczące sensu istnienia danego podmiotu, wskazuje na najważniejsze zadania oraz oferowane wartości. Dlatego też PGE Narodowy i jego zespół codziennie przykładają wielką wagę do wdrażania w życie misji tego miejsca.

Misją PGE Narodowego jest udostępnienie ogromnego potencjału, jaki oferuje ten obiekt, wszystkim chcącym współtworzyć wyjątkowe miejsce, zarówno w wymiarze społecznym jak i biznesowym.

Misja PGE Narodowego jest realizowana poprzez:

1. dostarczenie ludziom unikalnego spektrum możliwości spędzania wolnego czasu, zarówno na warunkach komercyjnych, jak i nieodpłatnie,
2. zapewnienie nieograniczonych możliwości biznesowych w unikalnym otoczeniu,
3. wykorzystywanie najwyższych standardów zarządzania i generowanie warunków finansowych koniecznych do wieloletniego funkcjonowania PGE Narodowego w najwyższej jakości.

2. WIZJA

Bez inspirującej, ale możliwej do osiągnięcia wizji nie sposób osiągać celów i założeń strategicznych.



Wizja PGE Narodowego to miejsce, które wywołuje wielkie, pozytywne emocje, jakich nie można doświadczyć nigdzie indziej.

PGE Narodowy to miejsce nowoczesne, otwarte oraz inspirujące.

To miejsce stwarzające nieograniczone możliwości realizacji własnych pasji i zainteresowań.

PGE Narodowy to miejsce najważniejszych wydarzeń, spotkań i dialogu wyjątkowych ludzi. Miejsce łączące prestiż z dostępnością.

PGE Narodowy to miejsce, w którym padają ważne słowa, rodzą się nowe idee, w którym sukces przybiera konkretne formy. To miejsce, gdzie budują i zacieśniają się więzi społeczne.

PGE Narodowy to miejsce pozytywnej energii.

3. GRUPY DOCELOWE

Misja, wizja i cele PGE Narodowego jednoznacznie wskazują na jego otwarty charakter oraz możliwość organizowania na nim wydarzeń dla i przez praktycznie nieograniczone spectrum grup docelowych.

Na poziomie strategicznym, marka PGE Narodowy kieruje swoją ofertę do trzech podstawowych grup docelowych:

- konsumentów,
- klientów,
- partnerów komercyjnych.



PGE Narodowy stawia sobie za jasny cel, aby nigdy nie być miejscem, które w jakikolwiek nieuzasadniony sposób preferowałoby lub też wykluczało, dyskryminowało lub stawiało innego rodzaju bariery dla grup docelowych niewymienionych poniżej.

Wszystkie działania i decyzje podejmowane w związku z wykorzystaniem potencjału PGE Narodowego i jego komercjalizacją są i będą podejmowane w oparciu o rzetelnie zweryfikowane oraz zdiagnozowane możliwości tego obiektu, przepisy powszechnie obowiązującego prawa, najlepsze krajowe i międzynarodowe praktyki zarządcze, oraz tam gdzie jest to celowe i możliwe precyzyjne, transparentne, a jednocześnie efektywne biznesowo zasady i procedury doboru odpowiednich partnerów.

4. KONSTRUKCJA I POŻĄDANY WIZERUNEK MARKI

Zdefiniowana poniżej konstrukcja marki PGE Narodowy, jej atrybuty, korzyści, osobowość i wyróżniki odzwierciedlają pożądany wizerunek, zgodnie z którym PGE Narodowy powinien być odbierany przez grupy docelowe.

ATRYBUTY MARKI	KORZYŚCI MARKI
<p>Elementy charakteryzujące Markę:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bryła, fasada i iglica• Otwarte bramy• Ogrodzenie jako możliwości ekspozycji ważnych i ciekawych treści• Położenie w centrum miasta i w atrakcyjnym sąsiedztwie• Spektakularny element panoramy miasta• Wyjątkowe duże parkingi wokół i	<p>Korzyści oferowana przez Markę:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wielofunkcyjność• Jakość• Dostępność i otwartość• Poczucie dumy i prestiżu• Radość i intensywność doznań



wewnątrz PGE Narodowego (błonia) <ul style="list-style-type: none"> • Płyta boiska i trybuny • Duże przestrzenie konferencyjne • Biura 	
OSOBOWOŚĆ MARKI	WYRÓŻNIKI MARKI
Marka jest: <ul style="list-style-type: none"> • Wszechstronna • Otwarta • Komunikatywna • Inspirująca • Dynamiczna • Przyjazna • Odpowiedzialna 	Możliwość doświadczenia emocji niedostępnych nigdzie indziej. Najwięcej możliwości realizacji pasji i zainteresowań w jednym miejscu. Najwięcej możliwości robienia biznesu w jednym miejscu.
ESENCJA MARKI	
Pozytywna energia	

5. SZTANDAROWE HASŁO - „MIEJSCE POZYTYWNEJ ENERGII”

Sztandarowe hasło Marki nie jest deklaracją dotyczącą jakiegś bliżej nieokreślonej przyszłości czy też obietnicą składaną na wyrost. Pozytywna energia PGE Narodowego jest jego cechą immanentną, można jej osobiście doświadczyć podczas właściwie każdego kontaktu z Marką, zarówno w wymiarze komercyjnym, jak i społecznym.

„Miejsce pozytywnej energii” doskonale obrazuje esencję Marki.



PGE Narodowy buduje swoją tożsamość przede wszystkim w oparciu o różnego rodzaju pozytywne emocje nierozdzielnie wiążące się z tym miejscem. Z emocji tych wynika energia, która inspiruje i daje siłę do działania, tak dla konsumentów, jak i klientów oraz partnerów.

Hasło **„Miejsce pozytywnej energii”** jest uzupełnione o hasła **„Moje miejsce”** i **„Miejsce biznesu”**.

„Moje miejsce” to wielofunkcyjna arena o nieograniczonych możliwościach i szerokiej ofercie wydarzeń dla wszystkich grup społecznych.

„Moje miejsce” to obiekt, który od lat dostarcza Polakom emocji i pozytywnej energii, obiekt z którego możemy być dumni.

To miejsce ważne dla każdego mieszkańca Saskiej Kępy, Pragi, Warszawy, Polski. Miejsce spędzania wolnego czasu i symbol Warszawy, miejsce widoczne z wielu punktów stolicy.

„Miejsce biznesu” to miejsce o nieograniczonych możliwościach, z najwyższą jakością usług i zarządzania.

Miejsce gdzie warto być i rozmawiać, współpracować z liderami biznesu, szukać i tworzyć najlepsze rozwiązania. To miejsce gdzie padają ważne słowa i zapadają ważne decyzje.

PGE Narodowy ma nieograniczone możliwości organizacyjne dla partnerów biznesowych i dlatego gości najbardziej prestiżowej wydarzenia o charakterze biznesowym, społecznym i politycznym.

PGE NARODOWY TO MIEJSCE POZYTYWNEJ ENERGII

MIEJSCE, W KTÓRYM WARTO BYĆ