



Nowa strategia marketingowa UBC Health and Fitness Center – centrum fitness i zdrowia

Marketing to proces społeczny, w którym jednostki i grupy otrzymują to, czego potrzebują poprzez tworzenie, oferowanie oraz swobodną wymianę z innymi towarów i usług, które posiadają wartość. Najkrótsza definicja marketingu brzmi „zaspokajając potrzeby, osiągając zysk”. Dobrze rozumiany marketing to nie zestaw trików i działań doraźnych, lecz przemyślana strategia i wynikająca z niej taktyka działania, dostosowane do docelowych odbiorców, oparte na wiedzy i badaniach, osadzone mocno w realiach rynkowych.

Żeby działania marketingowe były skuteczne nie mogą być wciąż identyczne, bo niczym szczególnym nie wyróżnią się na rynku. W celu zmian marka UBC Health and Fitness Center – centrum fitness i zdrowia startuje z całkiem nową wizją marketingową. – To celowy i przemyślany zabieg – twierdzi Angelica Pegani, dyrektor ds. PR oraz Marketingu.

UBC Group jest międzynarodową grupą medialną z siedzibą w Gdyni, działającą na rynku polskim od 2013 roku. Firma posiada ponad stu-osobowy zespół specjalistów z dziedziny public relations, marketingu, IT (ang. information technology) oraz finansów. Współpracuje z ponad 50-cioma partnerami biznesowymi, którzy wspierają markę w innych krajach Europy. Jako korporacja działająca na rynku szwedzkim, duńskim oraz norweskim specjalizuje się w profesjonalnych usługach medialnych, zrzeszając środowisko medialne w Polsce oraz w krajach Unii Europejskiej.

Biuro Prasowe UBC Group