



## **1. Oferta firmy.**

Firma LABEG będzie firmą usługowo-handlową. Będzie się zajmowała prowadzeniem sklepu z elementami do modelingu oraz organizowaniem zajęć modelarskich i tych o dziedzinach artystycznych. Będziemy sprzedawać literaturę dla dzieci i młodzieży o tematyce związanej z modelarstwem, majsterkowaniem i różnorodnymi zainteresowaniami manualnymi (np. szydełkowaniu, szyciu, fotografii).

Naszą firmą, jako, że jest to spółka cywilna, będzie zarządzać sześciu założycieli. Wszyscy będziemy na równych prawach w stosunku do przedsiębiorstwa. Razem będziemy opracowywać każdą nową strategię. Podział zadań ustaliliśmy na podstawie naszych predyspozycji z testu M. Belbina.

Z ankiety wynika, że zarówno dorośli jak i dzieci w dużym procencie są zainteresowani taką formą wypoczynku. Dorośli chcieliby spędzić więcej czasu z dziećmi na zaproponowanych przez nas warsztatach. Jest widoczna różnica w zainteresowaniu poszczególnymi dziedzinami modelarstwa, ale to akurat może być twórcze. Co ważne, z ankiety dla dzieci i młodzieży wynika, że 34% ankietowanych byłoby zainteresowanych warsztatami DzD a 40,8% nie jest takimi warsztatami zainteresowanych. Natomiast z ankiety dla dorosłych wynika, że 59,2% ankietowanych jest zainteresowanych zajęciami DzD. Jest więc duża szansa na międzypokoleniową, twórczą zabawę. Analiza i wyniki ankiety wskazują, że dobrze określiliśmy grupę docelową, a co za tym idzie, nasza oferta będzie spełniała ich oczekiwania. Wiemy z analizy rynku, że firm oferujących tak szeroką gamę usług jak nasza, jest mało. To dla nas szansa. Ilość wypełnionych ankiet również potwierdza, że tego typu oferta ma duże zapotrzebowanie wśród dorosłych i młodzieży.

Nawiązaliśmy kontakt z kilkoma małymi zakładami, które zgodziły się przekazać nam odpady poprodukcyjne. Mamy zapewnione "odpady" od kuśnierza, krawcowej, stolarza itp. Jagiellońskie Centrum Innowacji zgodziło się oddawać nam kartony, pudła styropianowe, folię, styropianowe wypełniacze z paczek, palety.

Oprócz darmowych warsztatów planujemy też płatne warsztaty, które chcielibyśmy, aby były prowadzone przez wolontariuszy, takich jak my sami albo studentów kierunków plastycznych, technicznych, liceów artystycznych (np. w ramach praktyki zawodowej). Będziemy również zatrudniać wykwalifikowaną kadrę z wysokim wykształceniem. Będą to absolwenci szkół plastycznych, technicznych, informatycznych, psychologów, pedagogów, specjalistów z dziedziny modelarstwa.

## **2. Klienci firmy**

Strategią naszego przedsiębiorstwa będzie strategia działania zróżnicowanego – dzielimy rynek na segmenty i działamy w każdym z tych segmentów. Klientami naszej firmy będą dzieci w wieku od 3 lat wzwyż. W zależności od tematyki warsztatów mogliby się pojawić również nastolatki, zwłaszcza na warsztaty DzD (dzieci z dziadkami) oraz seniorzy (60+), którzy mają własne wnuki i chcą z nimi przyjść na warsztaty, ale również tacy, którzy nie mają swojej rodziny, a chcieliby odmłodzić się w towarzystwie dzieci. Nasza usługa jest skierowana do dzieci oraz seniorów.

W ankiecie badającej rynek, klientów podzieliśmy na kilka grup. Są to:

- dzieci w wieku do 13 lat
- młodzież od 14 - 18 lat
- dorośli do 60 roku życia
- seniorzy (60+)
- rodziny, które chciałyby zorganizować uroczystości rodzinne: urodziny, imieniny itp.

Zainteresowanie dzieci i młodzieży tym rodzajem spędzania wolnego czasu jest duże. Chcą na to przeznaczyć nawet dwie godziny tygodniowo, natomiast niewielkie jest zainteresowanie zakupem literatury modelarskiej, wynika to z niewielkich funduszy, którymi dysponują.

W ankiecie dla dzieci i młodzieży do 18 lat wzięło udział 103, z czego 51% to dziewczęta, a 49% to chłopcy. Prawie 37% ankietowanych interesuje się modelarstwem, a aż 41% nie jest zainteresowanych tą dziedziną.

Z ankiety wynika, że zainteresowanie modelarstwem w naszym przedziale wiekowym jest małe, ale może to wynikać z niewielkiej dostępności takich usług na rynku krakowskim. Największym zainteresowaniem cieszyły się modele: samochodów (19%), science-fiction (22%), statków (28%) i zabawek (29%).

Z ankiety wynika, że młodzi ludzie chcą przeznaczyć na warsztaty modelarskie powyżej 15 zł, a 62% chce przeznaczyć na nie 1-2 godzin wolnego czasu.

Aż 69% ankietowanych jest zainteresowanych warsztatami DIY - "Zrób to sam", które polegać będą na kreatywnym tworzeniu wymyśłów. Natomiast warsztatami DzD, które będą polegać na zabawie dzieci z dziadkami zainteresowanych jest 34%, a 40,8% takie warsztaty nie interesują.

56% młodzieży nie jest zainteresowanych zakupem literatury modelarskiej, co wynika z niewielkiego kieszonkowego tych osób. 20,4% młodzież deklaruje, że chce przeznaczyć na zakup literatury modelarskiej poniżej 25 zł, 18,4% chce przeznaczyć 25-50 zł a 5,8% 50-100zł i tylko 1% - powyżej 100zł.

W ankiecie dla osób powyżej 18 roku życia wzięło udział 49 osób, z czego 51% to kobiety, a 49% to mężczyźni. 70% tych osób to osoby pracujące. 88% stanowią osoby do 60 r. ż., a osoby powyżej 60 lat - 12%. 47% ankietowanych jest zainteresowana modelarstwem, a 51% nie jest zainteresowana tą dziedziną.

Po przeanalizowaniu ankiety wynika, że największym zainteresowaniem cieszą się: lotnictwo (30,6%), pojazdy militarne (20,4%), kolejnictwo (18,4%), zabawki (18,4%).

70% ankietowanych byłaby zainteresowana warsztatami modelarskimi dla dzieci. 3/5 ankietowanych jest w stanie przeznaczyć powyżej 20 zł na warsztaty modelarskie dla dzieci, a 65% może na nie przeznaczyć 1-2 godzin.

Aż 84% ankietowanych jest zainteresowana warsztatami DIY - "Zrób to sam", które polegać będą na kreatywnym tworzeniu wymyśłów własnej wyobraźni. Natomiast warsztatami DzD, które polegać będą na zabawie dzieci z dziadkami zainteresowanych jest 59%. Prawie połowa ankietowanych byłaby zainteresowana uczestnictwem dziecka w zajęciach raz w tygodniu.

Z ankiety wynika, że 33% osób dorosłych byłaby zainteresowana zakupem literatury modelarskiej, a aż 53% nie wyraża takiej chęci. 29% osób dorosłych jest skłonna do przeznaczania na zakup literatury fachowej od 25-50 zł.

### 3. Konkurencja

#### 1. Instytucje z ofertą darmową

Wśród naszych konkurentów znajdują się instytucje, które zajmują się pomocą w nauce i rozwoju osobistym, spędzaniem wolnego czasu we współpracy z innymi uczestnikami.

W naszej okolicy znajduje się kilka takich instytucji. Jedną z nich jest stowarzyszenie "SIEMACHA". Jest to instytucja do której mogą przychodzić osoby w różnym wieku. Przeważnie są to dzieci w wieku do 17 lat, ale są też takie, które mają 20 lat i więcej.

"SIEMACHA" działa na naszym rynku od wielu lat i ma wiele oddziałów w całym Krakowie - jest bardzo popularna wśród młodzieży.

"SIEMACHA SPOT" oferuje pomoc w rozwiązywaniu zadaniach domowych, w aktywnym spędzaniu wolnego czasu poprzez różnorodne zajęcia, na które można uczęszczać. Takimi zajęciami są np. zajęcia kulinarne, muzyczne, komputerowe i wiele innych. Organizuje ona również wycieczki i obozy.

<http://siemacha.org.pl/projekty/rpo-malopolska>

#### 2. Konkurencja z taką ofertą jak nasza - sklepy modelarskie.

- <https://makieta.pl/content/8-strona-glowna> sklep nie prowadzi sprzedaży wysyłkowej.
- <https://sklep.modelarnia.pl/>

MODELARNIA.PL - Królestwo Modelarzy RC. Internetowa witryna SKŁADNICY MODELARSKIEJ  
Oferujemy: modele RC - samochody zdalnie sterowane spalinowe i elektryczne, samoloty RC, drony, łodzie RC, helikoptery RC, zestawy gotowe i do montażu, silniki spalinowe i elektryczne, aparaty RC i elektronikę modelarską, materiały konstrukcyjne, paliwa do silników i wszelkie akcesoria modelarskie.

- <https://exito.sklep.pl/>

Sklep internetowy [www.exito.sklep.pl](http://www.exito.sklep.pl) prowadzi firma:

EXITO Dariusz Światłoń

ul. Gersona 28

30-818 Kraków

Przewaga firm które wymieniliśmy powyżej polega na tym że istnieją na rynku krakowskim od wielu lat, mają dobrą pozycję i opinie wśród klientów o czym można się przekonać czytając opinie na forach. Mają atrakcyjne ceny i bardzo fachową obsługę. Wiemy to również z własnego doświadczenia

[https://www.google.com/search?sa=X&rlz=1C1OKWM\\_plPL779PL779&biw=1280&bih=625&q=sklep+modelarski+krak%C3%B3w&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rlag=50061652,19938212,1430&tbm=lcl&ved=2ahUKEwifpbS4hL7gAhXrk4sKHWxTATgQjGp6BAGaAEDY&tbs=lrf:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,l f ui:10&rldoc=1#rifi=hd::si:8198844782231647034;mv:!1m2!1d50.17002118790985!2d20.3562795 24511706!2m2!1d49.95844857478469!2d19.765764387792956!4m2!1d50.06435153085164!2d20.06102195615233!5i11](https://www.google.com/search?sa=X&rlz=1C1OKWM_plPL779PL779&biw=1280&bih=625&q=sklep+modelarski+krak%C3%B3w&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rlag=50061652,19938212,1430&tbm=lcl&ved=2ahUKEwifpbS4hL7gAhXrk4sKHWxTATgQjGp6BAGaAEDY&tbs=lrf:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,l f ui:10&rldoc=1#rifi=hd::si:8198844782231647034;mv:!1m2!1d50.17002118790985!2d20.3562795 24511706!2m2!1d49.95844857478469!2d19.765764387792956!4m2!1d50.06435153085164!2d20.06102195615233!5i11)

Wszystkie te sklepy prowadzą regularne promocje i wyprzedaże starszych modeli. Jeśli chodzi o ceny, to każdy z tych sklepów kształtuje ceny w zależności od miejsca w którym się znajduje, ilości sprzedaży wysyłkowej i rodzaju modeli.

#### **Mocne strony naszego przedsięwzięcia:**

- dobra komunikacja między pracownikami
- nieustające zapotrzebowanie na zajęcia tego typu (warsztaty, urodziny)
- zabawki dla dzieci są dobrym i aktualnym pomysłem na każdą okazję
- aktywizacja seniorów

#### **Słabe strony naszego przedsięwzięcia:**

- brak chętnych klientów
- brak asortymentu w sklepie
- brak wystarczającego zaangażowania pracowników
- brak wolontariuszy
- niskie zainteresowanie seniorów
- duża konkurencja

#### **Przewaga nad konkurencją:**

Naszym atutem w dalszym ciągu jest darmowa część warsztatowa.

Prosilibyśmy również sponsorów o drobne upominki dla uczestników np. ciasteczka, lizaki, itp. częstowali byśmy nimi wówczas uczestnikom zajęć w ramach poczęstunku, naszym podziękowaniem dla tych firm byłaby bezpłatna reklama np. poprzez ulotki stale wyłożone w widocznym miejscu naszego sklepu.

### **4. Nasze cele**

Chcielibyśmy zagospodarować wolny czas dzieci zajęciami, w których będą tworzyć to, co chcą i z czego chcą. Przeniosą je w świat ich marzeń. Będą odskoczną od obowiązków szkolnych. Będzie to nie tylko czas zabawy, ale i nauki !

Dodatkowo liczymy na to, że nasza firma zachęci seniorów do większej aktywności. Dzieci będą się uczyć od dorosłych, a dorośli od dzieci.

Za trzy lata chcielibyśmy móc zaproponować taką bogatą ofertę, dzięki której moglibyśmy prowadzić zajęcia nie tylko w naszej firmie, ale też w przedszkolach, domach dziecka, szkołach, czyli bardzo mocno rozbudować ofertę edukacyjną, przy możliwie niskich opłatach za te zajęcia. Musimy jednak brać pod uwagę koszty własne.

#### **Celami naszego przedsiębiorstwa jest:**

- poszerzanie wiedzy dotyczącej szeroko rozumianej twórczości artystycznej (modelarstwo, upcycling, itp.)
- wypracowanie zysku umożliwiającego rozwój naszego przedsiębiorstwa na skalę wojewódzką, a następnie na skalę krajową,
- możliwość zakupu literatury fachowej, która umożliwi samokształcenie,
- uczenie dzieci od najmłodszych lat recyklingu i szanowania naszej planety,
- integracja różnych pokoleń wiekowych poprzez warsztaty i zabawę,

- osiągnięcie przynajmniej kilkunastu procentowego udziału naszej firmy na rynku lokalnym (a w miarę rozwoju i w krajowym)

### 5. Public relations

<b>MEDIUM</b>	<b>ZALETY</b>	<b>WADY</b>
<b>PRASA</b>	Dzięki ogłoszeniom w prasie dotrzemy do wielu starszych osób i będziemy mogli zyskać uczestników zajęć DzD.	Ogłoszenie w prasie będzie widoczne tylko przez określony czas, więc jeśli ktoś nie będzie posiadał konkretnego wydania to nie będzie w stanie przeczytać ogłoszenia.
<b>TELEWIZJA</b>	Telewizję ogląda wiele ludzi, dzięki temu informacje szybko się rozchodzą.	Minusem reklam telewizyjnych są bardzo wysokie koszty.
<b>POCZTA BEZPOŚREDNIA</b>	Informacje rozchodzą się do różnych grupach społecznych.	Wybiórczość w docieraniu informacji do grup docelowych.
<b>RADIO LOKALNE</b>	Dużo osób słucha radia, więc do sporej grupy ludzi może dotrzeć informacja o naszej działalności. Niskie koszty.	Krótkotrwałość prezentacji, przyciąga mniejszą uwagę niż telewizja.
<b>CZASOPISMA</b>	Informacje o zajęciach trafią do czasopism dot. modelarstwa, co spowoduje dotarcie do określonej grupy ludzi - zainteresowanych modelarstwem.	Czasopisma fachowe kupują ludzie zainteresowani daną dziedziną. Przez to ogłoszenie najprawdopodobniej trafi do małej liczby osób.
<b>FORMY REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ</b>	Nieograniczony zasięg czasowy i przestrzenny, dwukierunkowa komunikacja z odbiorcą i ukierunkowanie tylko na klienta docelowego. Własna strona internetowa służy do prezentacji, oferty i osiągnięć firmy. Wykorzystanie mailingu.	Koszty stworzenia strony internetowej. Systematyczna aktualizacja strony www, odczytywanie maili.
<b>INTERNET</b>	W obecnych czasach większość ludzi korzysta z internetu (m. in. social media). Można to wykorzystać poprzez udostępnienie naszej ulotki i rozpowszechnienie do większego grona ludzi. Reklamowanie się w Internecie jest tanie, więc nie wpłynie znacząco na budżet naszej firmy.	Nie każda osoba ma dostęp do internetu, więc nasza firma może stracić potencjalnych klientów.

## 6. Forma promocji

Idealnymi formami promocji sprzedaży byłyby:

- internet
- sponsoring
- radio
- katalogi i informatory

Przykładem formy promocji w Internecie są np. reklamy pokazujące się na stronie z której korzystamy. Innym przykładem mogłaby być promocja na portalach społecznościowych. Moglibyśmy również robić reklamę typu display czyli reklamy tekstowe, graficzne oraz wideo. Do jeszcze większego reklamowania naszej firmy za pośrednictwem Internetu byłoby stworzenie własnej strony internetowej którą reklamowalibyśmy poprzez umieszczanie jej na ulotkach lub sponsoring.

Forma promocji za pośrednictwem radia mogłaby być wykupieniem kilku-sekundowego nagrania. Jedną z form sponsoringu to na przykład: akcje charytatywne, na których moglibyśmy rozdawać drobne upominki oraz różnego rodzaju wystawy lub na imprezach na których organizowalibyśmy różne konkursy z nagrodami promującymi naszą firmę.

Z racji tego, iż forma promocji przez katalogi i informatory jest tanią opcją, naszą firmę byłoby stać na takiego typu promocję. W katalogach planowaliśmy umieścić kupony rabatowe lub promocje ilościowe typu "2 w cenie 1", które odnosiłyby się do naszej prasy związanej z modelarstwem.

### Sprzedaż osobista:

- Do naszych zadań będzie należało instruowanie klientów, jak dobrać odpowiednie modele do ich zainteresowań i wieku.
- Wyeksponowanie naszego towaru dla klientów w określonym wieku.
- Systematyczne monitorowanie zainteresowań klientów poprzez zakładkę "opinie" na naszej stronie www i ankiety wyłożonej w firmie.
- Promowanie naszych usług na imprezach lokalnych - ulotki, balony z nadrukiem logo firmy, stoisko z przykładowymi warsztatami.

**Co oznacza społeczne zaangażowanie firmy i przykłady takiego zaangażowania także znajdziecie w materiale *Strategia marketingowa firmy - Odpowiedzialny biznes*.**

To zadanie wykonaliśmy razem z menadżerem do spraw CSR Mikołajem Rutą, który ma wieloletnie doświadczenie w tym obszarze.

Zaczynając od tego czym jest dokładniej CSR?

Jest to skrót od angielskiego **corporate social responsibility**, koncepcja ta mówi o odpowiedzialności firm za wpływ na jej otoczenie w postaci środowiska naturalnego, klientów, pracowników, społeczeństwa, udziałowców oraz innych uczestników sfery publicznej. Często zdarza się, że firmy tworzą do tego celu dodatkowe fundacje, lecz nasza firma nie ma w planie tworzenia takiej instytucji. Wiele branż ma swoje ulubione obszary wsparcia np. instytucje finansowe wspierają teatry, muzea i inne ośrodki kultury, a także remonty starych budynków. Firmy konsultingowe

wspierają najzdolniejszych uczniów i studentów oraz tworzą think tanki, są to miejsca w których są zbierane ciekawe idee, które następnie są rozwijane przy wsparciu korporacji.

Nasza firma będzie wspierała kreatywność ludzi i relacje rodzinne poprzez zajęcia DzD. Nasze przedsiębiorstwo zmierzy się z problemem XXI wieku, jakim jest uzależnienie od telefonów. Przykładem takiej walki będzie możliwość spędzenia paru godzin w tygodniu na ciekawych zajęciach zamiast przed ekranem telefonu komórkowego. Dość dobrą i skuteczną praktyką w obszarze CSR jest wspieranie domów dziecka, schronisk dla zwierząt, domów pomocy społecznej a także misje humanitarne, fundacje powiązane itp. Jednym z liderów światowej odpowiedzialności społecznej jest IKEA. Wprowadziła ona szereg rozwiązań związanych z ekologią. Ciekawym przykładem jest księga etyki dostawcy IKEA, która opisuje i wymaga od dostawców spełniania norm ekologicznych, oszczędnego zarządzania surowcami i odpadami na równi z odpowiednim traktowaniem ludzi. Również IKEA we własnej produkcji kładzie duży nacisk na ekologię i poszanowanie swoich pracowników.

Między innymi IKEA wprowadziła tekturowe palety transportowe, które są w pełni ekologiczne. Spółka ta jest także promotorem inicjatywy R100 zrzeszającej firmy, które zobowiązały się do osiągnięcia 100 proc. wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych. Od roku 2016 Ikea stała się niezależna energetycznie w naszym kraju. Szczególnie zwracamy uwagę na IKEA ponieważ jest dla nas przykładem do naśladowania.

Dzięki światowym korporacjom domy dziecka w Polsce i na świecie są wspierane i zapewniają godne warunki do życia. Bardzo często firmy wspierają również ogrody zoologiczne, czego przykładem jest Krakowskie ZOO w którym przy większości wybiegów dla zwierząt znajdują się takie informacje.

Innym przykładem firmy odpowiedzialnej społecznie jest Coca-cola, która rozdaje prezenty w święta Bożego Narodzenia, ze swoich ciężarówek. Możemy także przeczytać o różnych innych inicjatywach w raporcie Coca-coli na stronie: <https://2016.raportcsr-cchellenic.pl/> .

Wiele firm jest bardzo zaangażowanych w działalność odpowiedzialności społecznej.

Nasza firma będzie chciała dołączyć do firm, tak właśnie zaangażowanych poprzez liczne zajęcia dla osób starszych, zajęć łączących pokolenia (DzD), zajęć dla podopiecznych domów dziecka, warsztaty z zaproszonymi gośćmi i wiele innych pomysłów, które przyjdą nam jeszcze do głowy.

CSR ma różne postacie. Ciekawą inicjatywą jest bieg charytatywny organizowany przez Red Bull, który nazywa się "wings for life". Jest to bieg, który odbywa się w 33 miastach na świecie a jego start w każdym miejscu na ziemi jest o tej samej godzinie. Co ciekawe w większości prestiżowych zawodach sportowych w każdej dyscyplinie możliwy jest start jako osoba wspierająca fundację. Również społeczna odpowiedzialność biznesu zauważalna jest w rozwoju przedsiębiorstw, między innymi są podejmowane liczne działania na rzecz środowiska. np. optymalizując procesy produkcyjne dzięki którym możliwe są oszczędności energii elektrycznej wody lub surowców z których zrobione są produkty oraz odpadów technologicznych.

Nasza firma będzie oferowała dużą gamę zajęć związanych z tworzeniem zabawek z upcyklingu. Dzięki temu pokażemy młodszemu pokoleniom, że zabawkę da się zrobić z wszystkiego. Niektóre firmy umożliwiają pracę w swoich szeregach uczniom szkół, którzy są w wieku dozwolonym do pracy. W naszej firmie większość warsztatów będą prowadzili wolontariusze z różnych szkół czy kierunków studiów. Również odpowiedzialność społeczna wiąże się z większą dbałością o dobro pracownika, między innymi zapewnienie dobrych warunków socjalnych oraz możliwość dodatkowej

edukacji pracowników. Dołożymy wszelkich starań, aby nasi pracownicy i my mieli dobre warunki do pracy. Przykładem takiej działalności może być cotygodniowe spotkanie przy kawie/herbacie z burzą mózgow i omówieniem, co w danym tygodniu nie spełniło oczekiwań klientów, a co wręcz przeciwnie. Dzięki takim spotkaniom dowiemy się od naszych pracowników, co należy poprawić i jakie nowe pomysły wdrożyć. Będziemy chcieli się kierować tymi zasadami:

:

<b>ZASADA I</b>	Wyznaczamy standardy i edukujemy w zakresie odpowiedzialnego biznesu.
<b>ZASADA II</b>	Wspieramy rozwój społeczny i gospodarczy.
<b>ZASADA III</b>	Szanujemy naszych pracowników, zapewniając im godne warunki pracy.
<b>ZASADA IV</b>	Budujemy kulturę organizacyjną w oparciu o wartości i indywidualne potrzeby pracowników.
<b>ZASADA V</b>	Dbamy o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników oraz odbiorców naszych produktów i usług.
<b>ZASADA VI</b>	Prowadzimy działalność biznesową w oparciu o zaufanie i partnerstwo.
<b>ZASADA VII</b>	Prowadzimy rzetelną komunikację i odpowiedzialne działania marketingowe.
<b>ZASADA VIII</b>	Tworzymy i rozwijamy produkty oraz usługi w odpowiedzi na nowe wyzwania społeczne i środowiskowe.
<b>ZASADA IX</b>	Dbamy o środowisko naturalne.

źródło: [http://www.csrinfo.org/wp-content/uploads/2016/07/warto\\_miec\\_standardy.pdf](http://www.csrinfo.org/wp-content/uploads/2016/07/warto_miec_standardy.pdf)

CSR to wizerunek firmy ale także i sposób działania. Znaleźliśmy do tego bardzo trafną grafikę, którą mamy zamiar posługiwać się nią w przyszłości



źródło: [http://www.csrinfo.org/wp-content/uploads/2016/07/warto\\_miec\\_standardy.pdf](http://www.csrinfo.org/wp-content/uploads/2016/07/warto_miec_standardy.pdf)