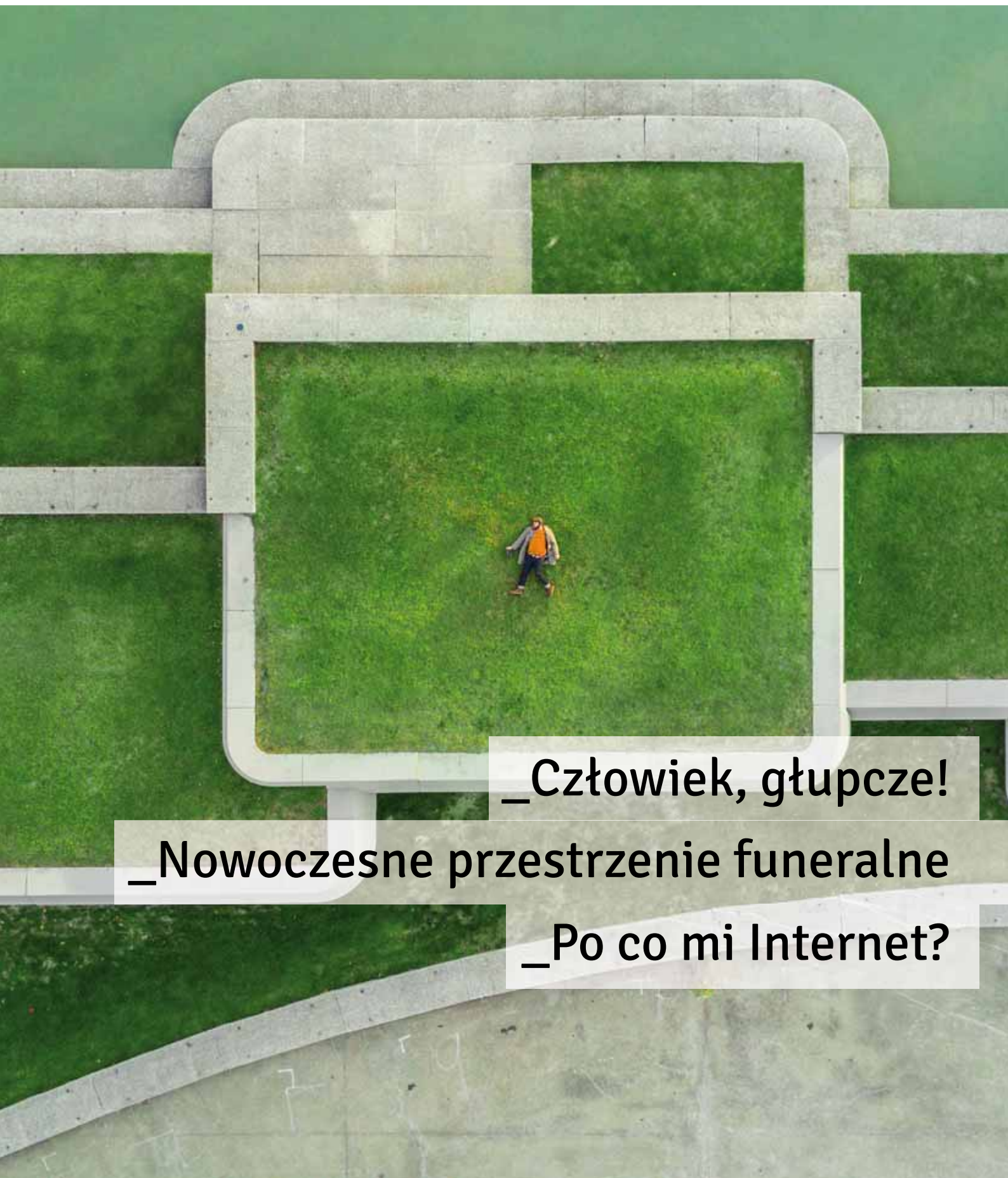




_Człowiek, głupcze!

_Nowoczesne przestrzenie funeralne

_Po co mi Internet?

10 EDYCJA

TARGI FUNERALNE **memento** POZNAŃ

im. Wojciecha Krawczyka

19-21.06.2020



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

KLUCZOWE TARGI BRANŻY FUNERALNEJ

- › profesjonalni zwiedzający
- › kompleksowe rozwiązania
- › nowoczesne technologie
- › spotkania branżystów
- › nowe kontakty biznesowe

**WEŹ UDZIAŁ W TARGACH
I ZAPREZENTUJ SWOJĄ OFERTĘ**

Organizatorzy

mtp
GRUPA



Targi z rekomendacją



www.mementopoznan.pl

Szanowni Czytelnicy



FOTO: SERWIS PRASOWY GRUPA MTP/DANA PUCHOWSKA

Na przestrzeni ostatnich dekad zmieniło się postrzeganie uroczystości pogrzebowych. Zwyczaje ewoluowały wraz z ogólnymi zmianami społecznymi. Od „my” przeszliśmy do „ja”. Kiedyś ceremonie organizowano dla rodziny i najbliższych, dla lokalnej społeczności. Bardziej liczyło się „co powiedzą sąsiedzi” niż to, co było ostatnim życzeniem zmarłego. Dziś dzieje się inaczej. Śmierć jest częścią życia. Stapia się z nim. Staje się codzienność. A skoro nasze „ja” jest w centrum naszego życia za życia, to i po śmierci nie zmieniamy tego nastawienia. Dlatego punktem wyjścia dla innowacji stają się potrzeby ludzi. O nowoczesnych produktach i usługach pogrzebowych piszemy w dziale TREND BOOK. Zachwycamy się też koncepcją nowoczesnego Centrum Ceremonii Pogrzebowych według projektu holenderskiego biura architektonicznego HofmanDujardin. Koncepcja tego miejsca angażuje zmysły, sprzyja celebrowaniu i upamiętnieniu życia zmarłego.

W dziale MARKETING FUNERALNY zagłębiając się w temat marketingu zapachowego. Wbrew pozorom zapach jest ważnym, niewerbalnym, elementem kreacji marki. Zawsze wzbudza emocje i spotyka się z jakąś reakcją – aprobatą lub wstrętem. Zapach ma moc – zachęcamy: wykorzystaj ją!

Już 73 proc. Polaków korzysta z Internetu w różnych aspektach życia. Planując działania marketingowe, nie sposób więc ignorować tego medium. Rozpoczynamy cykl artykułów poradnikowych na temat dobrych praktyk w promocji zakładanych pogrzebowych w Internecie. Przy okazji uczulamy też na próby wyłudzenia danych. W świecie, w którym codzienne, najprostsze nawet operacje wiążą się z elektronicznymi transakcjami i bazami przetwarzającymi dane za pośrednictwem sieci i komputerów, każdy z nas powinien wykazywać się dużą ostrożnością i ograniczonym zaufaniem.

Jakie macie plany na listopad? W dniach **22-23 listopada** mamy nadzieję na spotkanie z Wami w Poznaniu podczas trzeciej odsłony spotkania szkoleniowo-konferencyjnego **FUNERAL FORUM** (www.funeralforum.pl). Sprawdźcie na kolejnych stronach magazynu, o czym będą mówić zaproszeni eksperci i partnerzy. Dołączcie do liderów! Rozwijajcie się!

Z życzeniami inspirującej lektury,

KATARZYNA SUPA
REDAKTOR NACZELNA MAGAZYNU OMEGA

omega | magazyn |
Idea book dla branży funeralnej

Magazyn OMEGA Idea book dla branży funeralnej, ISSN 2544-6479

Redaktor naczelna: Katarzyna Supa, katarzyna.supa@grupamtp.pl, tel. + 48 609 297 718 / Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@grupamtp.pl / Projekt graficzny: Wydawnictwo INWESTOR / Druk: Drukarnia Betmor, ul. Chlebowa 16, 61-003 Poznań / Wydawca: Grupa MTP, ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / Adres redakcji: ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / E-mail: redakcja@magazynomega.pl / www.magazynomega.pl / Data i miejsce wydania: 30 sierpnia 2019, Poznań / Międzynarodowy znak informacyjny: RPR 3708 / Zdjęcia nieoznaczone: fotolia.pl / Zdjęcie na okładce: Photo by Martin Reisch on Unsplash

Wszystkie materiały są objęte prawem autorskim. Przedruki i wykorzystanie materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Redakcja zastrzega sobie prawo do skracania tekstów i zmiany tytułów nadesłanych materiałów. Redakcja nie odpowiada za treść reklam i materiałów promocyjnych. Wersję pierwotną magazynu stanowi wersja papierowa. www.magazynomega.pl

Redakcja informuje, że administratorem danych osobowych jest wydawca czasopisma – Międzynarodowe Targi Poznańskie z siedzibą w Poznaniu, ul. Głogowska 14. Dane osobowe będą przetwarzane w celach marketingowych i statystycznych, do momentu ich wycofania. Reklamacje i sprzeciwu dotyczące przetwarzania danych osobowych należy zgłaszać drogą elektroniczną na adres e-mail: iod@mtp.pl (Inspektor Ochrony Danych). W razie takiej konieczności dane mogą być udostępniane wyłącznie podmiotom współpracującym z Administratorem w celu realizacji powierzonych im zleceń i usług. Przysługuje Państwu prawo dostępu do treści swoich danych oraz żądania ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, wyrażenia sprzeciwu wobec przetwarzania, wycofania zgody lub wniesienia skargi do organu nadzorczego oraz prawo do przenoszenia danych osobowych. Zapewniamy, że dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić środki fizycznej, technicznej i organizacyjnej ochrony danych osobowych przed ich przypadkowym czy umyślnym zniszczeniem, przypadkową utratą, zmianą, nieuprawnionym ujawnieniem, wykorzystaniem czy dostępem, zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi przepisami.

Jeśli chcesz otrzymywać kolejne wydania magazynu OMEGA, napisz do nas: prenumerata@magazynomega.pl

Zapraszamy do współtworzenia tego wyjątkowego magazynu

Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@grupamtp.pl

Spis treści

	_trend book
6	Człowiek, głupcze!
	_architektura
12	Krąg życia – nowoczesne przestrzenie funeralne
	_marketing funeralny
16	Klient jest tu i teraz. Po co mi Internet?
20	Jak promować zakład pogrzebowy w Internecie?
24	Social engineering w świecie technologii
27	Zapach ma moc, wykorzystaj ją!
	_warto wiedzieć
26	MEMENTO Poznań 2020
30	Pielegnuj pamięć o bliskich
32	Wczoraj. Dziś. TANEXPO
34	Warto odkrywać
36	Funeral Forum – poszerz swoje kompetencje
39	_wizytówki firm



Pomoc w trudnym czasie żałoby

Memcare

NOTIFY



Planowanie ceremonii



Zakup kwiatów



Wyjątkowa strona upamiętniająca



Natychmiastowe powiadomienie rodziny, przyjaciół i bliskich o pogrzebie oraz konsolacji



Znajdź nas na memcare.pl lub dowiedz się więcej na spotkaniu.
Tel.: 608 149 074; Email: mateusz@memcare.pl

MEMCARE NOTIFY ZWIĘKSZA SATYSFAKCJĘ KLIENTÓW I PRZYCHODY FIRMY

O tym się mówi



FOTO: GIORGIO CAMOZZI ON UNSPLASH

Człowiek, głupcze!

Targi FUNERMOSTRA w Walencji

Na przestrzeni ostatnich dekad diametralnie zmieniło się postrzeganie uroczystości pogrzebowych. Zwyczaje ewoluowały wraz z ogólnymi zmianami społecznymi. Od „my” przeszliśmy do „ja”. Kiedyś postrzegano ceremonię jako wydarzenie dla rodziny i dla najbliższych, dla lokalnej społeczności. Bardziej liczyło się „co powiedzą sąsiedzi” niż to, co było ostatnim życzeniem zmarłego. Dziś dzieje się inaczej.

Śmierć jest częścią życia. Stapia się z nim. Staje się codzienna. A skoro nasze „ja” jest w centrum naszego życia za życia, to i po śmierci nie zmieniamy tego nastawienia. Dlatego punktem wyjścia dla wszelkich innowacji produkcyjnych i niestandardowych usług stają się potrzeby ludzi. Przedsiębiorcy pogrzebowi organizując ceremonię ostatniego pożegnania, zawsze powinni stawiać w centrum swojego zainteresowania życzenia konkretnej zmarłej osoby. Podchodzić do nich indywidualnie, spełniać jej wolę, szanując jej poglądy (nie wszyscy klienci są skrajnie religijni) oraz zatroszczyć się o złagodzenie bólu po stracie wśród członków rodziny i przyjaciół, uwzględniając również najmłodszych. Z myślą o nich na rynku pojawiają się książeczki wyjaśniające, czym jest strata, jak sobie z nią radzić, maskotki, a nawet specjalne moduły w aplikacjach do upamiętnień – dziecko może zamieścić rysunek zamiast pisać wiadomość.

PERSONALIZACJA, INDYWIDUALNE PODEJŚCIE do każdej ceremonii staje się standardem, ponieważ pomaga minimalizować rozpacz i smutek. Muzyka dobrana do upodobań zmarłego, stoliki z pamiątkami, ulubione kwiaty. W aranżacji przestrzeni coraz powszechniejsze stają się projekcje video, które pokazują najpiękniejsze chwile z życia, ulubione miejsca, aktywności. Stosuje się nawet mappingi, które pomagają przekształcić proste pomieszczenie w spektakularne wnętrze dokładnie w takiej stylistyce, jakiej życzyłby sobie zmarły. Pojawiają się również sklepy internetowe, które umożliwiają zakup jednego egzemplarza urny wykonanej ściśle według projektu rodziny.

NIEMATERIALNE DZIEDZICTWO to ciekawy obszar, chyba najbardziej eksplorowany właśnie w Hiszpanii. Mocno

eksplorowany jest obszar przechowywania DNA jako niematerialnego dziedzictwa dla przyszłych pokoleń oraz zacierania swoich śladów w cyfrowym świecie (bycie zapomnianym w Internecie i mediach społecznościowych) poprzez ustanowienie cyfrowego testamentu.

CYFRYZACJA I DIGITALIZACJA to niezwykle prężnie rozwijający się obszar branży funeralnej. Rynek wręcz zalewa oprogramowanie do zarządzania domami pogrzebowymi (ich pracą i relacjami z klientami), a także serwisów upamiętniających on-line osoby zmarłe. Dotychczas mówiło się głównie o aplikacjach i stronach internetowych. Dziś na rynku pojawiają się również rozwiązania zastępujące księgę kondolencyjną – osobiste wspomnienia publikowane są w czasie rzeczywistym na ekranach w miejscu ceremonii. Aby je zatrzymać na dłużej niż 24 h, należy wykupić pamiątkowy powerbank w przeciwnym razie wszystkie informacje ulecą. Co ciekawe, nowe technologie stają się integralną częścią dobrze znanych, tradycyjnych rozwiązań. Dobrze znamy już różne formy biżuterii funeralnej, jednak innowatorzy idą o krok dalej i integrują ją z technologią NFC, która umożliwia dostęp do strony upamiętniającej zmarłego.

POSZANOWANIE NATURY to już wręcz „must have” w każdym aspekcie życia. Klasyką branży funeralnej są trumny wykonane z drewna certyfikowanego i pozyskiwanego w sposób odpowiedzialny, wybite surową tkaną bawełnianą czy biodegradowalne urny z soli, ziemi, piasku, gliny, a także trumny i urny wykonane po prostu z wydrążonego pnia drzewa. W ten trend wpisują się również wieńce z kwiatów doniczkowych, elektryczne lub hybrydowe pojazdy pogrzebowe i karawany.

Technologia, która chwyta za serce

Vivo Recuerdo® jest nową usługą dla kaplic, która radykalnie zmienia doświadczenia związane z czuwaniem. Polega na umieszczeniu w przestrzeni kaplic lub sal pożegnań ledowych ekranów nazywanych „oknami wspomnień”, na których wyświetlane są podstawowe informacje o zmarłym oraz zdjęcia dostarczone przez rodzinę i najbliższych przed i w trakcie ceremonii. Każdy z krewnych i przyjaciół (niezależnie od tego, czy bierze udział w ceremonii, czy przebywa na drugim końcu świata) może dzielić się w czasie rzeczywistym obrazami szczęśliwych chwil, kondolencjami i wspomnieniami opatrzonymi odręcznym podpisem, tworząc tym samym hołd dla życia ukochanej osoby. Innym aspektem takiego działania jest wymiar terapeutyczny. Informacje wyświetlane na ekranach kierują uwagę zgromadzonych osób na wspólne radosne wspomnienia, emocjonalną więź ze zmarłym. Wspomnienia uwalniają emocje, a dzielenie się nimi stopniowo uwalnia najbliższych od smutku i cierpienia. Z punktu widzenia domu pogrzebowego ekran zastępuje tradycyjną księgę kondolencyjną. Po zakończonej ceremonii, rodziny mogą otrzymać pamiątkowe nagranie wszystkich zgromadzonych wpisów i zdjęć. Firma Vivo Recuerdo® oferuje pełne wsparcie techniczne oraz monitoruje umieszczane zdjęcia i wpisy przez 24 h na dobę, eliminując w ten sposób niebezpieczeństwo umieszczenia treści obraźliwych lub godzących w godność zmarłego lub jego najbliższych.



FOTO: REDAKCJA MAGAZYNU OMEGA

O tym się mówi

Personalizowana oprawa audio-wideo

Przed zakładami pogrzebowymi otwierają się nowe możliwości personalizacji uroczystości pogrzebowych poprzez osobiste video stanowiące hołd dla zmarłej osoby, emitowane na wysokiej jakości ekranach LED-owych. Spektakularny efekt osiąga się na ekranach wielkoformatowych, na przykład o wymiarach 5 x 3 m. W Hiszpanii oferta jest wynikiem współpracy firmy Mifora, wyspecjalizowanej w produktach funeralnych oraz firmy Led Dream, która dostarcza rozwiązania audio-wizualne. Animacja pokazująca drogę życia i najwspanialsze jej momenty powstaje z obrazów przyrody (las, niebo, kosmos, morze, droga mleczna) oraz powierzonych zdjęć i filmów dotyczących konkretnej osoby. Obraz doskonale współgra z nastrojową muzyką. Nad przygotowaniem wideo czuwają specjaliści, jednak to rodzina akceptuje jego finalną wersję. Animacja jest w dyspozycji zakładu pogrzebowego przez 48 h, a następnie jest kasowana. Rodzina może otrzymać nagranie na pendrivie.

Personalizowane animacje nadają nową jakość ceremonii pożegnania. To olbrzymi krok w kierunku dostosowania się branży funeralnej do nowych czasów zdominowanych przez graficzne formy komunikacji.



Zeskanuj QR kod
– zobacz przykładową animację

Tak jak chcesz

Z taką inicjatywą wychodzi hiszpańska firma Sortem, oferując zakładom pogrzebowym nowe narzędzie do personalizacji urn. Dzięki niemu w siedzibie domu pogrzebowego lub w domowym zaciszu rodzina będzie mogła stworzyć unikatową urnę. Zamówienie gotowej urny jest możliwe jednak tylko za pośrednictwem domu pogrzebowego.



FOTO: WWW.FUNERMOSTRA.FERIAVALENCIA.COM

Narzędzie wnosi zupełnie nową jakość w usługach pogrzebowych, pozwala właścicielom domów pogrzebowych zaoferować wartość dodaną, wyróżnić się, a także zwielokrotnić swoje zyski, oferując coś absolutnie unikatowego. Cały proces personalizacji odbywa się on-line. Na specjalnej stronie można wybrać model urny biodegradowalnej, a następnie w bardzo intuicyjny sposób nadawać jej indywidualne cechy: kolor, dekorację, zdjęcia własne lub z gotowej galerii, napisy (nie tylko podstawowe dane, jak imię i nazwisko, ale również ulubiony wiersz, osobiste słowa pożegnania). Gotowa urna jest dostarczana w ciągu 48 h.

Niepozorna bransoletka

Na rynku jest dostępny coraz szerszy asortyment biżuterii upamiętniającej zmarłych. Coraz częściej ta szczególna biżuteria na pozór nie wyróżnia się niczym szczególnym – tylko właściciel wie, dlaczego jest niezwykle wartościowa. W ofercie holenderskiej firmy Funeral Products pojawiły się minimalistyczne bransoletki Tadbłu. Każda zawiera mały depozyt ze stali nierdzewnej, w którym umieszcza się symboliczną ilość prochów zmarłej osoby. W kolekcji są dostępne zarówno modele o damskiej, jak i męskiej stylistyce. To miły ukłon w stronę wrażliwych mężczyzn, ponieważ dotychczas większość modeli biżuterii tworzona była z myślą o kobietach.



FOTO: WWW.FUNERALPRODUCTS.EU

Podwójna helisa – więcej niż ozdoba

Pierwsze usługi związane z ekstrahowaniem DNA i przechowywaniem go na rzecz przyszłych pokoleń pojawiły się na targach Funermostra już dwa lata temu. Trend ten umacnia się i rozwija. Wzrasta zrozumienie dla projektów, które stawiają sobie za cel ochronę przyszłych pokoleń. Jedną z firm, które oferują usługi związane z wyodrębnianiem i przechowywaniem DNA, jest DNA Family Book. W tym roku, bazując na współpracy z artystą złotnikiem, Francesco Sancho, włączyła do swojej oferty (obok dotychczasowej kapsuły w kształcie jaja) ozdobny wisior w kształcie podwójnej helisy, z ukrytym małym pojemnikiem na sproszkowane DNA. Wspólny projekt łączący biotechnologię ze sztuką narodził się ze zbiegu okoliczności – rodzina Sancho zajmuje się jubilerstwem od pokoleń, więc artysta twierdzi, że praca artysty złotnika wpisana jest w jego DNA. Wzór wisiora z podwójną helisą powstał przed nawiązaniem współpracy. Ze spotkania obu firm powstała nowa forma zawierająca kapsułę na DNA. Biżuteria może być wykonana z 18-karatowego złota lub ze srebra. Dzięki niej zawsze możemy mieć bisko esencję istoty, którą kochamy.



FOTO: SERWIS PRASOWY DNA FAMILY BOOK & SANCHE JEWELERS

REKLAMA

+48 578 13 13 15
www.grupasebp.pl

już od
9,99zł

GRUPA SEBPOL

THE BEST QUALITY PRODUCTS

RĘKAWICZKI JEDNORAZOWE DIAGNOSTYCZNE I OCHRONNE

vinyl - nitryl - lateks

GRUPA SEBPOL | UL. GLINIANA 63 | 42-400 ZAWIERCIE | NIP: 634 292 51 70 | info@grupasebp.pl | sekretariat: 787 624 133

O tym się mówi

Druk 3D i technologia NFC

Produkty nacechowane emocjonalnie i kompatybilne z najnowszymi technologiami to znak rozpoznawczy marki Narbon. Firma koncentruje swoje działania na kreowaniu emocjonalnych produktów funeralnych, które razem tworzą spójny ekosystem dostępny z poziomu aplikacji – rodzina zmarłego może tym samym w jednym miejscu czerpać z wszystkich nowinek technologicznych dostępnych na rynku.

Firma Narbon posiada już w swojej ofercie personalizowane książki kondolencyjne, biżuterię wykonaną techniką druku 3D z mieszanki zawierającej prochy, serwis upamiętniający, wirtualną wycieczkę po miejscach pamięci, możliwość zdeponowania DNA. Nowością tegorocznych targów w Walencji było rozszerzenie funkcjonalności biżuterii wykonanej w technologii 3D o technologię NFC. Dzięki niej urządzenie mobilne wyposażone w tę technologię, zbliżone do wisiora, łączy się ze stroną internetową upa-



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW FUNERMOSTRA 2019

miętniającą zmarłego. W ofercie dostępne są biżuteryjne przedmioty o różnej stylistyce, spójnej z różnymi stylami życia osób, które będą użytkownikami tej unikatowej pamiątki.

Wieniec pamięci



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW FUNERMOSTRA 2019

Z radością patrzymy na rozwój nowoczesnych koncepcji. Marka Limbo, znana również w Polsce za sprawą firmy Znicz Pamięci, poszerzyła ofertę wienców o nowe formy. Obok tradycyjnego wienca, w ofercie pojawiły się konstrukcje w kształcie serca, z wypełnieniem, a także moduły, które mogą być wykorzystane do stworzenia aranżacji kwiatowej wokół trumny. Wieniec pamięci (znany w Polsce pod nazwą korona żałobna) może ozdabiać miejsce ostatniego pożegnania, miejsce ceremonii pogrzebowej. Ponieważ kwiaty umieszczone są w oddzielnych naczynkach, które łatwo odpinają się od głównej konstrukcji, każda osoba po zakończonej ceremonii może zabrać doniczkę ze sobą i w zależności od rodzaju rośliny posadzić ją w ogródku lub pielęgnować w domu jako żywy symbol pamięci o zmarłym. Domy pogrzebowe, które wprowadzą ten produkt do swojej oferty i zaszczepią w klientach nowy zwyczaj, mają szansę wyróżnić się na tle konkurencji oraz promować swoją markę w nowy sposób. Każda doniczka tworząca wieniec może być sygnowana marką zakładu pogrzebowego.

Hybrydowy karawan

Indusauto wprowadza na rynek hybrydowy karawan elektryczny. Przyjazna dla środowiska Kassia została zbudowana przy użyciu wysokowydajnego podwozia Forda Mondeo (MK5) SW łączącego specjalnie opracowany silnik benzynowy o pojemności 2,0 l z silnikiem elektrycznym o mocy 88 kW. W efekcie Ford Mondeo Hybrid oferuje całkowitą moc 187 KM. Silnik hybrydowy osiąga niskie zużycie paliwa i minimalną emisję CO₂, spełniając europejskie przepisy i rozporządzenia dużych miast mające na celu zmniejszenie emisji zanieczyszczeń. Dzięki silnikowi benzynowemu karawan może pokonywać dłuższe trasy poza obszarem miejskim przy niższym zużyciu paliwa. Atutem karawanu jest również bogaty wybór elementów wyposażenia i aranżacji wnętrza.

Indus
AUTO
OFFICIAL DEALER
KASSIA



FOTO: WWW.FUNERMOSTRA.FERIAVALENCIA.COM

Pojazdy elektryczne to przyszłość

Przekonuje o tym hiszpański producent karawanów Bergadana. Na targach w Hiszpanii prezentował furgon ATYS, do przewozu jednej lub dwóch trumien, zbudowany na bazie eVito Mercedes-Benz. Pojazd może być wykorzystywany zarówno do realizacji transportu, jak i podczas ceremonii pogrzebowych – posiada liczne uchwyty na kwiaty oraz szyby polaryzacyjne. Pojazd posiada akumulator magazynujący 41,4 kWh, który jest ładowany w ciągu około sześciu godzin. Zasięg na jednym ładowaniu wynosi 150 km. Do końca 2020 r. Mercedes-Benz planuje wprowadzenie na rynek nowej wersji z autonomią do 400 km w cyklu miejskim i baterii gromadzącej 91 kWh.

Z myślą o potrzebach sektora funeralnego, oczekiwaniach klientów i najnowszych innowacjach technologicznych, a także silnym trendzie ekologicznej odpowiedzialności



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW FUNERMOSTRA 2019

firma Bergadana opracowała również elektryczną wersję modelu Moon (e-Moon). Pojazd jest oparty na silniku elektrycznym modelu Renault Kangoo.

Inteligentny testament

Kolejne usługi cyfrowe pukają do drzwi branży funeralnej. Na rynku pojawiają się rozwiązania pozwalające zaspokoić jeszcze więcej bieżących potrzeb klientów, którzy w większości mocno są zaangażowani we wszystkie aspekty życia w cyfrowej rzeczywistości. Niezależnie od tego, czy jesteśmy tego świadomi, czy też nie, posiadamy zasoby cyfrowe: wiadomości e-mail, dokumenty, obrazy, pliki audio, wideo, które są przechowywane na urządzeniach cyfrowych, w chmurze, mediach społecznościowych lub innych platformach. Większość tych cyfrowych zasobów obejmuje także dane osobowe, społeczne oraz IoT (Internet of Things). Często członkowie rodziny nie wiedzą o wszystkich cyfrowych aktywach posiadanych przez zmarłego, więc nie mogą być one dziedziczone, co oznacza, że są tracone, pozostając w cyfrowej otchłani przez całą wieczność.

Hiszpanie mogą już rejestrować inteligentne testamenty oparte na technologii blockchain. Hiszpańska firma Mi Legado Digital zaprezentowała na targach w Walencji wersję beta w pełni prawomocnej platformy elektronicznej, która umożliwia kompleksowe administrowanie cyfrową spuścizną: zarządzanie testamentem analogowym, w którym zawarta jest ostatnia wola, zasobami cyfrowymi (m.in. czuwanie nad reputacją online, dostęp do subskrypcji usług, takich jak Spotify czy Netflix, a także zasobów w mediach społecznościowych oraz na kontach walut kryptograficznych), deklaracje dotyczące zdrowia i życia oraz dziedzictwa genetycznego. Platforma w czasie rzeczywistym łączy wszystkich interesariuszy związanych z procesem dziedziczenia. Oznacza to, że od momentu zarejestrowania swojej inteligentnej ostatniej woli, wszystkie dane zgromadzone

do czasu śmierci są na bieżąco aktualizowane i nie jest konieczna ponowna wizyta u notariusza.

Platforma zawiera również możliwość cyfrowej identyfikacji miejsc spoczynku z wykorzystaniem technologii kodów QR lub NFC. Zbliżając urządzenie mobilne do nośnika informacji cyfrowej, przenosimy się na specjalną stronę z biografią upamiętniającą zmarłego. Jedną z ciekawszych funkcjonalności jest możliwość nagrania filmu wideo z pożegnalną wiadomością skierowaną do rodziny, przyjaciół i znajomych. Taki film może być rozesłany mailem do konkretnych odbiorców, a także umieszczony na platformach YouTube, Vimeo itp., wszędzie tam, gdzie zmarły posiadał swoje konta. Już ponad milion osób zarejestrowało się, by korzystać z rozwiązań firmy Mi Legado Digital.





Zanurzony w scenerii bujnej zieleni budynek Centrum Ceremonii Pogrzebowych według projektu studia projektowego HofmanDujardin

Krąg życia

Nowoczesne przestrzenie funeralne

Obiekty, nie tylko funeralne, powinny zaspokajać intuicyjne potrzeby użytkowników i emanować pozytywną aurą – wychodząc z takiego założenia, Michiel Hofman i Barbara Dujardin, prowadzący studio projektowe HofmanDujardin, zaprojektowali nowoczesne Centrum Ceremonii Pogrzebowych. U podstaw projektu leżały ich osobiste doświadczenia związane z żegnaniem najbliższych. Zobaczcie, jak mogą wyglądać sale pożegnań w niedalekiej przyszłości.



Ludzie poszukują równowagi w obcowaniu z przyrodą, cenią światło i powietrze, ochronę i komfort, a także tworzenie więzi między użytkownikami przestrzeni – te założenia stały się bazą dla koncepcyjnego projektu nowoczesnego Centrum Ceremonii Pogrzebowych pracowni architektonicznej HofmanDujardin



FOTO: VERO VISUALS/COURTESY HOFMANDUJARDIN

Centralna sala Centrum Ceremonii Pogrzebowych – miejsce ostatniego pożegnania

Współczesne pogrzeby często koncentrują się na celebrowaniu i upamiętnieniu życia zmarłego. Ceremonie charakteryzują się określoną sekwencją ważnych „momentów”. Pierwsza chwila to spotkanie przyjaciół i rodziny, druga to właściwa ceremonia pożegnania, po której następuje konsolacyjne spotkanie towarzyskie. Holenderska pracownia architektoniczna HofmanDujardin odzwierciedla tę sekwencję w projekcie przestrzeni nowoczesnego Centrum Ceremonii Pogrzebowych, złożonego z trzech pomieszczeń. Zanurzony w scenerii bujnej zieleni budynek o powierzchni 1600 m² charakteryzuje się spokojną, stonowaną estetyką. Jego znakiem rozpoznawczym są panoramiczne okna, które wprowadzają do wnętrza dużo naturalnego światła i umożliwiają delektowanie się otaczającym krajobrazem. Centrum budynku zajmuje sala pożegnania – miejsce ceremonii. Jej ściany i sufit miękkim łukiem kreślą trójkątną, intymną przestrzeń. Cała uwaga koncentruje się na trumnie lub urnie ustawionej w centralnym punkcie pomieszczenia. Za nią

Atmosfera miejsc pożegnania oddziałuje na odczucia zebranych – często budzi niepokój, wzmacnia smutek, przygnębia. Centrum Ceremonii Pogrzebowych projektu HofmanDujardin przełamuje ten dyskomfort. Obiekt emanuje spokojem, ciepłem, miłością

FOTO: VERO VISUALS/COURTESY HOFMANN DUJARDIN



Sala wspomnień z wielkoformatową, multimedialną ścianą pamięci umożliwiającą składanie hołdu zmarłej osobie

rozpościera się rozległa pusta przestrzeń, otwarta w kierunku dużego panoramicznego okna, za którym rozpościera się bujna zieleń. Kształt implikuje przepływ energii w kierunku natury, symboliczne zamknięcie kręgu życia. Wokół tego miejsca zaaranżowane zostały jeszcze dwa pomieszczenia sprzyjające interakcji osób biorących udział w uroczystości. Uczestnicy przemierzają się między poszczególnymi pomieszczeniami zgodnie z sekwencją przebiegu uroczystości pogrzebowej.

Pierwsze pomieszczenie, w którym gromadzi się rodzina, przyjaciele i znajomi, to sala wspomnień. Tu znajduje się multimedialna ściana pamięci – wielkoformatowy ekran, na którym rodzina i przyjaciele mogą dzielić się wpisami, filmami wideo i fotografiami przedstawiającymi chwile spędzone

„Sposób, w jaki żegnamy się z naszymi najbliższymi, to bardzo osobista decyzja. Zaprojektowaliśmy Centrum Pogrzebowe, które jest dostosowane do jego funkcji, a jednocześnie pozostawia miejsce na osobistą interpretację. Uważamy, że smutne chwile w naszym życiu powinny być także piękne”

Barbara Dujardin

z ukochaną osobą, którą żegnają. Mogą to robić zarówno przed, jak i w trakcie ceremonii. Tworząc ten interaktywny kolaż, każdy uczestnik spotkania oddaje hołd żegnanej osobie, upamiętnia jej życie poprzez pryzmat wspomnień. Te zaś są początkiem rozmów między zebranymi. Co ważne, wszystkie udostępnione materiały mogą być zgrane na elektroniczny nośnik i przekazane po uroczystości wszystkim zebranym. W ten sposób każdy z uczestników otrzymuje książkę kondolencyjną na miarę cyfrowych czasów. Druga przestrzeń to wspomniana wcześniej centralna sala pożegnania, natomiast trzecia sala zaaranżowana jest z myślą o spotkaniu konsolacyjnym o różnym charakterze – formalnym bądź nie. Drewniane ściany i podłoga tworzą atmosferę przytulności. Sposób aranżacji sprzyja wzmocnieniu relacji społecznych. 

FOTO: VERO VISUALS/COURTESY HOFMANN DUJARDIN



Przytulna sala zaprojektowana z myślą o spotkaniach konsolacyjnych

NOWY TERMIN
Środa • Czwartek • Piątek



FUNÉRAIRE PARIS|2019

INTERNATIONAL FUNERAL TRADE EXHIBITION

— Środa • Czwartek • Piątek —

20-22 LISTOPADA 2019

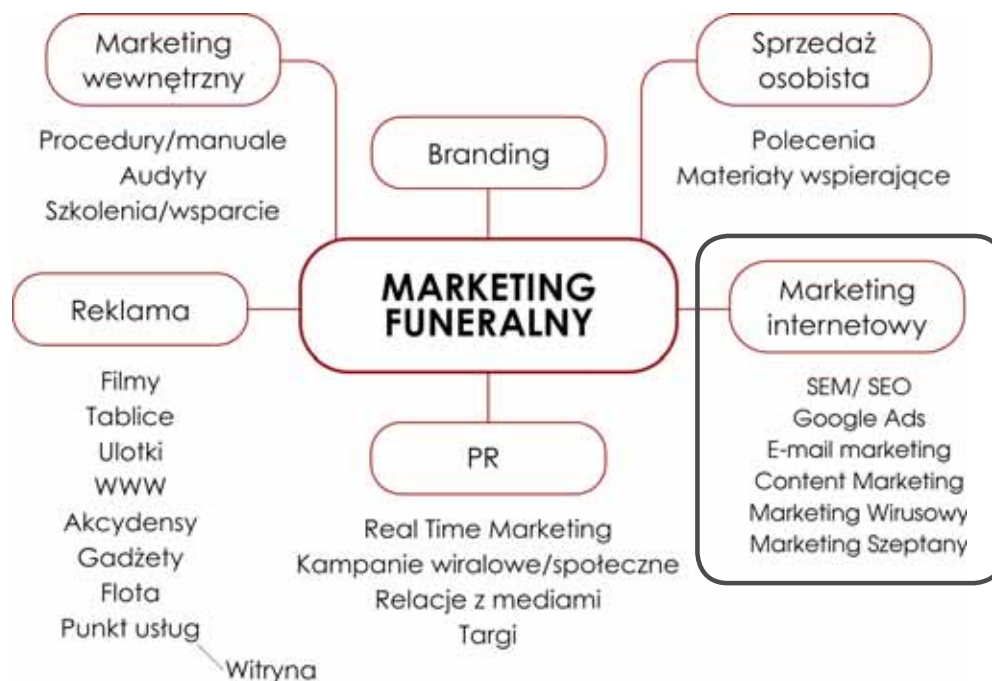
PARIS LE BOURGET EXHIBITION CENTER

**ZAREJESTRUJ SIĘ
SALON-FUNERAIRE.COM**

Skorzystaj z preferencyjnej stawki
z kodem **ANN190M**

Od kilku lat rozmawiam z przedsiębiorcami pogrzebowymi i osobami reprezentującymi inne obszary usług i produktów w branży funeralnej, i przekonuję, że działania budujące świadomość marki, jej wizerunek i długofalowe strategie sprzedaży to przyszłość. Oni tymczasem chcą efektów natychmiastowych. Działania w Internecie mogą dostarczyć jedno i drugie. To Ty decydujesz, jak ich użyć.

Przede wszystkim, aby marketing internetowy był efektywny, musi być odpowiednio zaplanowany i wdrożony. Jedno narzędzie z całego wachlarza nie wystarczy, aby działać efektywnie. Ponadto, jeśli nie ma się wystarczającej wiedzy, to warto zatrudnić specjalizującą się w e-marketingu agen-



Gama kanałów i narzędzi komunikacji marketingowej dla domów pogrzebowych

cję. I o ile w poprzednich artykułach zachęcałam do samodzielnego marketingowego działania, tutaj widzę minus marketingu internetowego: mało kto jest w stanie sam działać, a już na pewno nie tak efektywnie jak specjaliści. Niezależnie jednak od tego, czy zdecydujesz się na zatrudnienie agencji czy pracownika, który zajmie się marketingiem, warto poznać choćby podstawowe informacje na temat narzędzi, aby móc podjąć rozmowy ze specjalistami.

SEO

SEO to w dosłownym tłumaczeniu z języka angielskiego „optymalizacja pod silnik wyszukiwarki” (Google). Jej celem jest pojawienie się strony internetowej jak najwyżej w wynikach wyszukiwania na konkretne frazy kluczowe, bez konieczności stosowania działań reklamowych. SEO to zarówno poprawa technicznych aspektów strony internetowej, rozbudowa jej treści, jak i zdobywanie linków z innych domen w Internecie. Jak to wygląda w praktyce? To nieustanna praca polegająca na działaniach w obszarach:

- treści, na przykład zmiana długości artykułów, dodawanie słów kluczowych;
- struktury strony, na przykład zmiana elementów nawigacji, architektury informacji;
- warstwy technicznej i wizualnej, a także użyteczności, na przykład szybkości ładowania witryny, responsywności (dostosowania do wyświetleń na różnych rozmiarach ekranów);
- linków, czyli odnośników prowadzących do strony z innych stron w Internecie (także w social media).

GOOGLE ADS

Forma reklamy, która pozwala na pojawianie się w wynikach wyszukiwania, na przykład w Google, pod wybranymi przez nas frazami, w miejscach oznaczonych jako reklama internetowa (tuż nad pozostałymi wynikami). Jednak mało który użytkownik Internetu zwraca uwagę na to oznacze-

nie reklamy i utożsamia linki reklamowe z wynikami organicznymi). Ustawiając taką kampanię, sami ustalamy to, ile jesteśmy w stanie zapłacić za jedno kliknięcie w taką reklamę. Co ważne, nasze reklamy mogą pojawiać się nie tylko w wyszukiwarce, ale także w sieci reklamowej Google, czyli na bardzo wielu stronach. Prowadzenie takiej kampanii reklamowej oznacza całkowitą kontrolę nad kosztami, a cechuje ją wielość możliwości i bardzo szeroki zasięg działania.

E-MAIL MARKETING

Narzędziem e-mail marketingu jest poczta elektroniczna, czyli e-mail. Najczęściej przyjmuje on formę newsletterów. Używany jest głównie w celach informacyjnych i promocyjno-sprzedażowych. Pozwala na prezentowanie oferty, informowanie o nowościach, budowanie społeczności wokół marki. Co ważne, dzięki platformom do e-mailingu (polecam Freshmail) istnieje wiele możliwości personalizacji komunikatów.

PORADY

Zaplanuj swoje działanie!

1. Określ cel działania
2. Zdefiniuj grupy docelowe
3. Przygotuj listę słów kluczowych
4. Zoptymalizuj swoją stronę internetową
5. Działaj adekwatnie do zwyczajów reprezentantów Twoich grup docelowych: bądź tam, gdzie będą Cię szukać
6. Osiągnij cel

Powodzenia!



Przykład reklamy Google Ads w wynikach wyszukiwania

Klientów można dzielić na grupy, co wiąże się z wysłaniem wiadomości z precyzyjnie dobranymi treściami (można podzielić osoby w bazie na te, które już u nas kupowały i te, które na razie się nam tylko przyglądają).

Do głównych zalet tego narzędzia można zaliczyć: stosunkowo małe koszty (zwłaszcza przy małych bazach), szybkość przekazu i możliwość mierzenia skuteczności reklamy (w panelu widzimy ilość wysłanych i otwartych wiadomości). Minusem tego rozwiązania jest to, że trzeba zgromadzić własną bazę odbiorców (pamiętajcie o zgodach marketingowych, pisałam o tym w poprzednim numerze „Omegi”), ale świetną okazją do tego będą targi lub spotkanie branżowe.

CONTENT MARKETING

Content, czyli treści na stronie internetowej (na przykład interesujące opisy produktów), profilu na Facebooku lub publikowane w innych portalach. Tworzenie wartościowych tekstów jest istotne, bo sprzyja pozycjonowaniu i jednocześnie przyczynia się do budowania wizerunku eksperta. Do najpopularniejszych form content marketingu zalicza się poradniki, artykuły eksperckie, newslettery i webinary.



Przykład marketingu wirusowego – kampania „Jedź ostrożnie, na swój pogrzeb jeszcze zdążysz” Fundacji Artis pod patronatem Prezydenta Miasta Rzeszowa, 2018 rok

REKLAMA

PORADY

Zalety e-działania

Narzędzia marketingu internetowego mają wiele zalet, których nie posiadają narzędzia tradycyjne:

- _dają możliwość **interakcji**, czyli od razu możemy dowiedzieć się, co klient myśli o naszej ofercie lub jakie ma aktualnie potrzeby;
- _są wyposażone w **moduły analityczne**, które pozwalają nam pozyskać szeroką wiedzę o kliencie;
- _dają możliwość **personalizacji** przekazów;
- _są **nieograniczone** w czasie (możesz działać całą dobę) i przestrzeni (nie ogranicza Cię Twój realny zasięg działania);
- _są bardzo **elastyczne** – możesz dostosować narzędzia do swoich potrzeb;
- _w większości przypadków to **Ty decydujesz, ile wydajesz**.

MARKETING WIRUSOWY

W działaniach z tego obszaru rozpowszechnianie przekazu reklamowego odbywa się przez samych użytkowników sieci jak wirus, z ust do ust. Przykładami takiego wirusowego działania jest tworzenie interesujących, inspirujących lub śmiesznych filmów, opinii, ciekawych artykułów i innych treści, którymi sami użytkownicy chcą się dzielić. Przykładem są kampanie społeczne, które w branży funeralnej pojawiają się stosunkowo rzadko, a niemal zawsze odbijają się szerokim echem w Internecie.

MARKETING SZEPTANY

Szeptanie z założenia ma nosić pozory komunikacji prywatnej, niemal tajnej. Taki cel przyświeca specjalistom z tej dziedziny marketingu, którzy rozsiewają informacje o firmie na forach, w grupach i w komentarzach. Przy okazji przesyłają czasami linki do strony z ofertą czy interesującego wpisu na blogu. 🕵️

MARTA CAŁA-STURZBECHER,

AGENCJA MARKETINGOWA MOMA, WWW.MARKETINGFUNERALNY.PL



MARKETING W BRANŻY FUNERALNEJ

Wprowadzasz nowy produkt na polski rynek?

A może działasz już w branży pogrzebowej,
ale chcesz zwiększyć swój udział
w rynku / rentowność firmy?

Wybierz agencję MOMA
jako swojego partnera!



STRATEGIA

Opracowujemy strategię
marketingową.
Układamy plany działania



OUTSOURCING MARKETINGU

Działamy jako zewnętrzny dział
marketingu Twojej firmy

Skontaktuj się
z nami i sprawdź,
co jeszcze możemy
zrobić dla Twojej
firmy!



Tel.
664 702 724



WCZORAJ.



DZIŚ.



TANEXPO.

250 wystawców. 18.700 profesjonalnych zwiedzających z 55 krajów.

Bądź częścią TANEXPO.

Zawsze najbardziej innowacyjne spotkanie branży pogrzebowej.

BOLOGNA WŁOCHY
26·27·28 MARCA 2020

TANEXPO.COM


TANEXPO
MIĘDZYNARODOWE TARGI BRANŻY
POGRZEBOWEJ I CMENTARNEJ

Jak promować zakład pogrzebowy w Internecie?

Praktyczny przegląd możliwości

Czy wiesz, że aż 73 proc. Polaków korzysta z Internetu? To dane z lutego 2018 r. na podstawie GEMius/PBI. Tego narzędzia do przekazywania informacji w dzisiejszych czasach po prostu nie może pominąć żadna branża. Im szybciej zdamy sobie z tego sprawę, tym łatwiej będzie nam oswajać kolejne elementy marketingu internetowego i wyprzedzić konkurencję.

Sam Internet to tylko (albo aż?) możliwość przekazywania informacji praktycznie w czasie rzeczywistym, niezależnie od miejsca, w jakim się znajdujemy. W Internecie występuje bardzo dużo kanałów komunikacji i wybór odpowiednich zależy od branży oraz profilu działalności przedsiębiorstwa. Inaczej będzie promować się bank, inaczej marka modowa, a jeszcze inaczej zakład pogrzebowy. Ogólnie rzecz ujmując: albo w Internecie możemy „czekać” na potencjalnego klienta, albo aktywnie wychodzić mu na przeciw i nierzadko kreować potrzeby.

JAK NA TARGOWISKU

– AKTYWNE POZYSKIWANIE KLIENTÓW

Aktywne wychodzenie do potencjalnych klientów przypomina trochę przejście przez gwarny targ: każdy sprzedawca zaczepia i oferuje swoje produkty, których często nie potrzebujemy albo... jeszcze nie wiemy, że możemy ich potrzebować (kreowanie potrzeb). Odpowiednikiem aktywnego „łapania klienta z tłumy” w internetowym świecie są na przykład wszelkie reklamy graficzne czy kontekstowe w miejscach, które odwiedza potencjalny klient, na przykład portale informacyjne, aplikacje na smartfonie, portale społecznościowe itp. Pamiętajmy, że Internet to generalnie darmowe źródło informacji. Portale internetowe, serwisy tematyczne, strony informacyjne w znakomitej większości oferują informacje bezpłatnie, stąd utrzymanie infrastruktury technicznej, redaktorów, grafików jest finansowane właśnie z reklam. Reklama na przestrzeni ostatnich lat również sporo się zmieniła: z reguły jest dopasowana do profilu odbiorcy (wiek, płeć, zainteresowania) i jego historii aktywności w Internecie (stron, na których był wcześniej, czyli tzw. remarketing), produktów, których szukał itp. Reklama tego typu albo od razu zachęca do zakupu, albo buduje świadomość marki – bardziej ufamy markom, które znamy, bo „gdzieś/kiedyś” je widzieliśmy. Podobnymi „targowiskami” są wszelkie media społecznościowe, takie

jak Facebook czy Instagram. Użytkownikom tych aplikacji podsuwane są przed oczy lokowane produkty, reklamy marek czy konkretnych przedmiotów i usług, które możemy natychmiast kupić online. Ta forma reklamy rzadko jest wykorzystywana w branży pogrzebowej, gdyż prawdopodobieństwo wyświetlenia reklamy osobie po stracie jest niewielkie, a wykreowanie potrzeby w przypadku zakładu pogrzebowego nie jest po prostu możliwe.

PRZYZAJONY TYGRYS

Druga wspomniana strategia to „oczekiwanie” na klienta. Kiedy ma on potrzebę skorzystać z usług/produktów, które oferujemy, powinien nas łatwo znaleźć. Oczekiwanie w pierwszej chwili kojarzy nam się z siedzeniem i nicnierobieniem, niemniej jest to błędne myślenie. Klient mający potrzebę, to najlepszy klient – jest na końcu lejka sprzedażowego. Oczekiwanie na klienta to bycie blisko w momencie, w którym potrzebuje naszej usługi czy produktu.

GOOGLE, CZYLI GIGANT Z MOUNTAIN VIEW

W Polsce Google ma praktycznie monopol na usługi wyszukiwania w Internecie. Według gs.statcounter.com (dane z kwietnia 2019) wyszukiwarka Google ma w Polsce 98,62 proc. udziału w rynku wyszukiwań. Kolejni dwaj najwięksi konkurenci, czyli Bing i Yahoo mają nieco ponad 1 proc. razem. W innych krajach na świecie statystyka nie jest tak łaskawa dla Google, ale przedsiębiorcę pogrzebowego w większości interesuje rodzimy rynek. Taki monopol Google sprawia, że z jednej strony mamy łatwiejsze zadanie, gdyż sprawdzamy naszą pozycję tylko w jednej wyszukiwarce. To zawsze coś.

GOOGLE MOJA FIRMA

Oczekiwanie na klienta w Internecie można zrealizować na kilka sposobów. Najprostszy to utworzyć bezpłatny wpis o naszej firmie w Google Moja Firma (<https://www>.

The screenshot shows a Google search for "zakład pogrzebowy warszawa". The results are categorized into several sections:

- Organic Results:** Several text-based listings for funeral homes in Warsaw, including "Zakład Pogrzebowy Warszawa | Nowe karawany | heronpogrzeby.pl", "Zakład pogrzebowy Warszawa | Godność i szacunek od 20 lat", "Usługi pogrzebowe Warszawa | Callodobowy Telefon | mpul.pl", and "Zakład pogrzebowy w W-wie | Warszawa Dom Pogrzebowy".
- Google Ads:** A prominent advertisement for "Reklamy Google Ads (dawniej Adwords)" stating they are paid per click and displayed from 0 to 4 ads.
- Google My Business:** A section titled "Google Moja Firma" showing a map and a list of businesses with ratings and addresses, including "HERON Zakład Pogrzebowy Warszawa - pogrzeby", "Dom Pogrzebowy Jakubsiak", and "Dom Pogrzebowy STYKS".
- Organic Results (continued):** More text-based listings at the bottom, such as "HERON Zakład Pogrzebowy Warszawa (Bielany, Żoliborz, Bródno)" and "Zakład pogrzebowy 24h | Najlepiej dom pogrzebowy | Firma".

Annotations on the right side of the image explain the types of results:

- Reklamy Google Ads (dawniej Adwords):** płatne za każde kliknięcie wyświetlane od 0 do 4 reklam
- Google Moja Firma:** wpisy są bezpłatne wyświetlane od 1 do 3 wpisów
- Wyniki organiczne:** ranking wg kryteriów algorytmu Google wyświetlane ok 10 wyników
- Google SERP (Search Engine Results Page):** Wyniki wyszukiwania w Google na wybraną frazę (może się różnić zależnie od dnia i historii wyszukiwania)

google.pl/business/). Jeśli działamy już od jakiegoś czasu, to jest bardzo prawdopodobne, że informacja o naszej działalności już tam będzie. Ważne, aby zadbać o kompletność informacji tam zawartych (zdjęcia, logo, godziny otwarcia, telefon itp.). Usługa, którą daje nam Google, jest bezpłatna, niemniej ważne jest, aby czuwać nad swoim wpisem, gdyż informacje w nim zawarte mogą być zmienione przez każdego. Google wierzy, że ogromna społeczność korzystająca z Google sama uzupełni dane, chcąc poprawić jakość indeksu firm. Zyskujemy tym samym punkty jako Lokalny Przewodnik i nasz wirtualny profil ma większą „władzę”. W większości ten model się sprawdza, niemniej znamy przypadki, gdzie profil w Google Moja Firma został zmodyfikowany przez konkurencyjny podmiot. Po zmianie danych nie wiemy, która osoba je wprowadziła i możemy się na nie oczywiście nie zgodzić (wszak to nasza firma!). I tu nie ma żadnego problemu – Google traktuje nasz sprzeciw bardziej priorytetowo. Sęk w tym, że jeśli nie wiemy o zmianie, to najczęściej jest ona akceptowana przez Google

Usługa Google Moja Firma jest bezpłatna. Ważne jednak jest, aby czuwać nad swoim wpisem, gdyż informacje w nim zawarte mogą być zmienione przez każdego

po kilku dniach – brak reakcji ze strony przedsiębiorstwa oznacza akceptację. Należy też pamiętać, że przy profilu firmy jest też opcja dodawania opinii i gwiazdek w skali od 1 do 5. Jeśli ktoś doda nam negatywną opinię, to nikt – tylko on sam – może ją usunąć. My możemy co najwyżej odpowiedzieć i wyjaśnić okoliczności. Oczywiście, można zgłosić do Google tę opinię jako „nieodpowiednią treść”, licząc na usunięcie, ale powody, jakie mamy do wyboru, to:

- Ten wpis zawiera treści szerzące nienawiść, pełne przemocy lub nieodpowiednie,
- Ten wpis zawiera reklamy lub spam,
- Ten wpis jest nie na temat,
- W tym wpisie dochodzi do konfliktu interesów.

W praktyce taką opinię jest usunąć bardzo trudno. Kompletny wpis na mapce Google pojawia się dla lokalnych wyników, czyli przy wpisaniu frazy z miastem, na przykład „zakład pogrzebowy Gdynia”, pojawi się moduł mapki u góry strony, z trzema pierwszymi firmami. Kolejność na mapce nie jest przypadkowa i zależy od wielu czynników. Jeśli w danej miejscowości tylko jedna firma spełnia wyniki według Google, to mapka pojawi się po prawej stronie, na przykład. „zakład pogrzebowy Chojnice”.

PORTALE BRANŻOWE

Druga możliwość prezentacji firmy to profil w dobrym portalu branżowym. Jest to opcja płatna, niemniej znacznie bardziej rozbudowana, zapewniająca dodatkowo promocję firmy w Google organicznym, czyli w podstawowych wynikach wyszukiwania. Profil firmy może być nawet wyposażony w subdomenę, tzn. krótki, branżowy adres internetowy, na przykład Firma.JakiśPortalBranzowy.com.pl. Koszt utrzymania takiej prezentacji dla jednej lokalizacji to od 500 zł do 1000 zł netto rocznie, w zależności od opcji abonamentowej. Taki profil może bez problemu zastąpić stronę internetową, której koszt uruchomienia i utrzymania jest większy.

Dodatkową możliwością jest założenie profilu firmowego na Facebooku, niemniej w polskiej branży funeralnej rzadko spotykane są profile generujące zauważalny ruch i korzyści.

Przygotowanie własnej strony internetowej daje prestiż i możliwość prezentacji pełnej oferty w unikalny sposób. Pozwala wyróżnić się na tle konkurencji, pokazać mocne strony i zarządzać treściami na niej zawartymi

STRONA INTERNETOWA

Najbardziej profesjonalne jest uruchomienie własnej strony internetowej pod własnym adresem (domeną). Tu też możliwości jest kilka, i ten temat będzie szerzej rozwinięty w kolejnym wydaniu. Przygotowanie strony internetowej daje prestiż i możliwość prezentacji pełnej oferty w unikalny sposób. Pozwala wyróżnić się na tle konkurencji, pokazać mocne strony i zarządzać treściami na niej zawartymi (jeśli konkurencja doda negatywną opinię, możemy ją sami natychmiast usunąć). Koszt zrobienia strony jest zależny od skomplikowania projektu. Tańszą stroną jest witryna firmowa z 4 podstronami niż rozbudowana strona dla firmy pogrzebowej posiadającej 4 lokalizacje, moduł nekrologów, 3 formularze, 18 podstron i moduł opinii. Cena strony internetowej zaczyna się od ok. 3000 zł. Należy uważać na firmy oferujące zrobienie strony z płatnością comiesięczną, gdyż bardzo często opłata nie przenosi strony na własność firmy pogrzebowej, lecz jest tylko jej „wynajem”, więc de facto płacąc 300-400 zł miesięcznie przez 2 lata, nie mamy tak naprawdę nic, bo strona nie stała i nie stanie się nigdy naszą własnością, a gdy przestaniemy uiszczać opłaty, w jej miejscu może pojawić się inny zakład pogrzebowy.

Jeśli jednak kupimy stronę internetową na własność, to pozostaną nam jedynie koszty jej późniejszego utrzymania:

- domena, czyli adres internetowy (koszt około 100-150 zł rocznie). Najczęściej używane rozszerzenia to .pl, com.pl, .com i .eu,
- serwer (inaczej hosting), czyli „miejscie zamieszkania” strony internetowej (koszt 200-500 zł rocznie),
- certyfikat SSL zapewniający szyfrowanie danych wymienianych między przeglądarką a serwerem (koszt 100-150 zł rocznie).

Zatem całkowity koszt utrzymania strony wynosi około 40 zł miesięcznie. To niewiele, mając na uwadze cały szereg zalet, jakie to rozwiązanie zapewnia.

MAM STRONĘ INTERNETOWĄ – I CO DALEJ?

Zakład pogrzebowy to biznes lokalny, który swoich usług nie jest w stanie wykreować u odbiorcy. Pogrzeb w rodzinie to okoliczność niespodziewana i dobrą strategią wydaje się być łatwym do znalezienia w momencie, w którym nas szukają. Mając stronę internetową, musi być ona dobrze widoczna w Internecie, czyli łatwa do wyszukania. Jak to osiągnąć?

Możliwości są dwie:

• Reklama Google Adwords

Adwords (aktualnie Google Ads) to najczęściej tekstowa reklama, która pojawia się nad wynikami organicznymi i mapkami. To reklama typu PPC (Pay Per Click), gdzie płacimy do Google tylko w momencie, gdy ktoś „kliknie” w naszą reklamę. Ile? To zależy. Czynnikiem jest kilka, ale przede wszystkim zależy to od stawek konkurencji, czyli innych osób reklamujących się na te same słowa kluczowe i pozycji, na jakiej chcielibyśmy się wyświetlać (oczywiście im wyżej, tym drożej). W praktyce, im obszar, na którym działamy jest bardziej konkurencyjny (Warszawa, Wrocław itp.), tym kliknięcie będzie droższe (tzw. CPC, czyli Cost Per Click). Realnie dla branży pogrzebowej CPC wynosi od 4 zł do nawet 30 zł za jedno kliknięcie. Określając swój dzienny budżet, na przykład na poziomie 60 zł i przy średnim CPC wynoszącym dla danego miasta 10 zł, może-

my średnio spodziewać się sześciu nowych użytkowników dziennie. Pamiętajmy, że to dość przybliżona kalkulacja, bo jeden użytkownik może kliknąć w naszą reklamę dwa razy, na przykład wtedy, gdy zdecyduje się ponownie zapoznać z ofertą.

• Pozycjonowanie

Pozycjonowanie to zupełnie inna usługa niż Google Ads, chociaż wyświetlana w podobnym miejscu i wyglądająca podobnie. Tutaj przede wszystkim nie możemy kupić wybranej pozycji, a działania, jakie podejmuje agencja pozycjonująca naszą stronę internetową (inaczej agencja SEO), mają dużą zwłokę. Wszelkie prace zrobione dziś zaowocują za kilka lub kilkanaście tygodni. Z tego powodu umowy na pozycjonowanie z agencjami specjalizującymi się w tym działaniu są z reguły podpisywane na dłuższe okresy. Pozycjonowanie sprawia, że strona internetowa pojawia się coraz wyżej w organicznych wynikach wyszukiwania. Tutaj już nie płaci się za każde kliknięcie do Google. Tutaj płaci się agencji, która wykonuje działania mające na celu podniesienie rankingu naszej strony. Jak to się robi? Czynniki, jakie wpływają na pozycję, jest bardzo wiele. Ogólnie działania dzielą się na dwie gałęzie: praca nad optymalizacją strony oraz na działaniach z zewnątrz, czyli odpowiedniego „linkowania” (zbierania internetowych „poleceń” naszej firmy). Dobra agencja SEO powinna zająć się każdym z tych obszarów. Oba są bardzo istotne i powinny być robione przez agencje, które mają doświadczenie w danej branży. To jedyny gwarant, że strona będzie stabilnie pojawiać się na coraz wyższych pozycjach w Google, co przełoży się na większą liczbę zleceń.

Ile kosztuje pozycjonowanie? Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Dobra agencja SEO, której zlecimy działania, powinna:

- Poznać naszą branżę i usługi, jakie posiadamy.
- Sprawdzić, jakie frazy są wpisywane przez użytkowników – wszak nie ma sensu wyświetlać się wysoko na słowa kluczowe, których nikt nie wpisuje. W ten sposób nikt korzystający z wyszukiwarki Google nas nie znajdzie. Użytkownicy Internetu, szukając określonych usług, kierują się intuicją i przyzwyczajeniami.

Coraz więcej osób sięga codziennie do Internetu, dlatego Twoja firma, chcąc się rozwijać, musi być tam obecna

Istnieją odpowiednie narzędzia, aby sprawdzić, jak wyglądają średnie ilości wyszukiwanych fraz dla konkretnych miejscowości.

- Zrobić audyt strony internetowej pod kątem jej optymalizacji.
- Wycenić usługę pozycjonowania – polecam wybrać taką firmę, która otrzyma wynagrodzenie dopiero w momencie osiągnięcia oczekiwanego rezultatu, a nie tylko bazuje na obietnicach działań, które mogą nic nie dać.

Ogólna zasada jest dość podobna jak w przypadku Google Ads – im bardziej konkurencyjny rynek, tym usługa pozycjonowania będzie droższa, gdyż będzie wymagała więcej pracy od agencji.

Jak widać, możliwości promowania firmy w Internecie jest sporo i niniejszy artykuł nie wyczerpuje ich wszystkich. Zmienia się technologia, powstają nowe aplikacje, nowe portale społecznościowe, ale jedno jest pewne – coraz więcej osób sięga codziennie do Internetu, dlatego Twoja firma, chcąc się rozwijać, musi prędzej czy później być tam obecna. 📍

WOJCIECH KUDELA I BARTOSZ WOJTKOWIAK Z FIRMY BRAINBOX,

PROWADZĄCY PORTALE FUNER.COM.PL

ORAZ USŁUGIPOGRZEBOWE.COM.PL

REKLAMA

MARKETING DLA BRANŻY FUNERALNEJ

- 🔥 PREZENTACJE W PORTALACH:
 - FUNER.COM.PL
 - USŁUGIPOGRZEBOWE.COM.PL
 - ZAKŁADYPOGRZEBOWE.COM
- 🔥 OPISY I STRATEGIE REKLAMOWE
- 🔥 PROJEKTOWANIE STRON WWW
- 🔥 POZYCJONOWANIE W GOOGLE
- 🔥 KAMPANIE GOOGLE ADS
- 🔥 OPIEKA TECHNICZNA
- 🔥 CERTYFIKATY SSL





Social engineering w świecie technologii

W świecie, w którym codzienne, najprostsze nawet operacje wiążą się z elektronicznymi transakcjami i bazami przetwarzającymi dane za pośrednictwem sieci i komputerów, każdy z nas powinien wykazywać się dużą ostrożnością i ograniczonym zaufaniem. Przenoszenie zachowań wypracowanych przez firmową politykę w sferę życia prywatnego stanowić może dobry sposób na zwiększenie poziomu swojego bezpieczeństwa i pomóc w ciągłym zachowywaniu czujności.

TECHNOLOGIA TO NIE WSZYSTKO

Mówiąc o bezpieczeństwie i zabezpieczeniach, na myśl przychodzą nam w pierwszej kolejności zaawansowane technologie i drogie urządzenia: systemy wykrywania intruzów, systemy aktywnej prewencji, ochrony danych przed wyciekiem, bezpiecznego uwierzytelniania, autoryzowania i udostępniania zasobów. Chcąc czuć się bezpiecznymi, wydajemy więc niemałe pieniądze i otaczamy się zaporami, skanerami, sondami, tokenami, czytnikami linii papilarnych czy tęczówki oka. Instalujemy systemy skanujące i filtrujące ruch pod kątem wirusów, robaków, trojanów, sygnatur ataku lub innych anomalii. Aby przetwarzać dane z tak wielu systemów, uruchamiamy kolejne, służące do logowania zdarzeń, ich korelowania, analizowania i ostrzegania nas o zagrożeniach. Wydawać by się

zatem mogło, że robiąc tak wiele, tak dużym nakładem środków, mamy prawo czuć się spokojnymi o bezpieczeństwo naszych systemów i przetwarzanych za ich pomocą danych. Rzeczywistość jest, niestety, bardzo brutalna. Robiąc tak wiele, zapomnieliśmy o rzeczy zasadniczej – poziom bezpieczeństwa, podobnie jak wytrzymałość łańcucha, nie jest wyznaczany przez sumę wszystkich jego ogniw, ale przez moc najsłabszego z nich. Pytanie „co jest tym ogniwem?” nie doprowadzi nas do odpowiedzi. Powinniśmy raczej zapytać „kto” nim jest.

INŻYNIERIA SPOŁECZNA

Technologia, nawet najdoskonalsza, nie jest w stanie zabezpieczyć systemów przed ich użytkownikami. Człowiek mimo całej swojej doskonałości stanowi najsłabsze

i najbardziej zawodne ogniwo w łańcuchu składającym się na proces zapewniania bezpieczeństwa. Stanowi o tym głównie ludzka psychika, która w odróżnieniu od wykonywanych przez procesory algorytmów charakteryzuje się brakiem schematyczności i nieprzewidywalnością. Człowiek, w odróżnieniu od technologii, może zachować się różnie w tych samych okolicznościach. Na podejmowane przez niego decyzje wpływają nie tylko dane wejściowe, ale również stres, emocje, przebyte doświadczenia i inne warunki niewystępujące w przypadku środków technologicznych. Badaniem tych właśnie warunków i zależności pomiędzy ich występowaniem a podejmowanymi przez ludzi decyzjami zajmuje się inżynieria społeczna. Płynące z niej nauki są głównym narzędziem w rękach socjotechników. I to oni stanowią zagrożenie, przed którym nie ochronią nas nawet najdroższe technologie. To oni potrafią sprawić, że czując się bezpiecznie wśród różnych zaawansowanych systemów bezpieczeństwa użytkownicy staną się niebezpieczni dla siebie samych.

JAK TO DZIAŁA?

Socjotechnicy do przeprowadzenia ataku nie wykorzystują zaawansowanej wiedzy technologicznej ani narzędzi w postaci wirusów czy exploitów. W ich działaniach ważniejsze od umiejętności technicznych są zdolności komunikacyjne i interpersonalne. Posługują się umiejętnie zdobywanymi i przekazywanymi informacjami, które – z pozoru nieistotne pomagają – w budowaniu zaufania u rozmówcy i wydobywaniu od niego kolejnych danych. Posługując się gotowymi, przygotowanymi na różne okoliczności scenariuszami rozmów, potrafią – dysponując jedynie takim wąskim materiałem jak ogólne dane teleadresowe firmy – wyłudzić od jej pracownika cenne informacje lub nakłonić go do wykonania określonych czynności, takich jak na przykład uruchomienie komendy na swoim komputerze czy odwiedzenie zainfekowanej strony internetowej. W tym celu podawać się mogą na przykład za teleankieterów, pracowników dostawcy Internetu, kontrahentów czy współpracowników z innego oddziału firmy.

Przykładowy scenariusz rozmowy telefonicznej będącej atakiem socjotechnicznym może wyglądać następująco:

1. Intruz dzwoni do naszej firmy, przedstawiając się jako na przykład pracownik dostawcy Internetu i prosi o połączenie z działem IT.
2. Od pracownika dowiaduje się, że obsługą informacyjną zajmuje się firma zewnętrzna X.
3. Oszust dzwoni więc do innego pracownika, przedstawiając się jako pracownik firmy X i prosi o podanie adresu mailowego w celu przetestowania poczty, z którą podobno zgłoszono problemy.
4. Po kilku dniach oszust wysyła na otrzymany adres e-mail spreparowaną wiadomość (jako pracownik firmy X) i prosi w niej o uruchomienie załączonej „poprawki bezpieczeństwa”.

Powyższy scenariusz wydaje się banalny. Im bardziej jest jednak banalny, tym bardziej będziemy bagatelizować zagrożenie z nim związane. Czy możemy ze stuprocentową pewnością założyć, że w naszej firmie nie pracuje żadna osoba, której czujność da się

Bezpieczeństwo powinno być traktowane nie jako stan, ale stały, podlegający kontroli i udoskonalaniu proces. Dlatego bardzo istotnym jego elementem jest ciągłe edukowanie pracowników, mające na celu wypracowanie nawyków dbania o poufność informacji i ograniczonego zaufania

w prosty sposób uspić? Wróćmy do łańcucha złożonego z drogich i skomplikowanych systemów zabezpieczeń. To właśnie ów pracownik o mniej wyczulonej uwadze, który może dać się zwieść wprawnemu socjotechnikowi, stanowi jego najsłabsze ogniwo. To on jest w stanie, chociaż nieświadomie, pomóc intruzowi w pokonaniu najlepszych nawet zabezpieczeń technicznych. I to on właśnie złudnie, czując się bezpiecznym, stanowi dla nas realne niebezpieczeństwo.

JAK SIĘ CHRONIĆ?

Skoro techniczne środki zaradcze dają się obejść za pomocą inżynierii społecznej, to aby się przed nią bronić, również należy przedsięwziąć działania o charakterze nietechnicznym. Pierwszym krokiem, od którego powinniśmy zacząć, jest opracowanie i wdrożenie polityki bezpieczeństwa. Powinna ona zawierać między innymi definicje procedur i zaleceń dotyczących ujawniania informacji przez pracowników firmy oraz wzory dokumentów służących przekazywaniu określonych danych i udzielaniu dostępu do nich. Bardzo istotne jest, aby stosowane one były nie tylko w stosunku do osób nieznanym, ale również tych, których tożsamości nie jesteśmy w stanie potwierdzić. To, że ktoś przedstawia nam się w rozmowie telefonicznej czy e-mailu jako określona osoba, nie musi oznaczać, iż rzeczywiście nią jest. Samo wdrożenie polityki bezpieczeństwa to jednak nie wszystko. Bezpieczeństwo powinno być traktowane nie jako stan, ale stały, podlegający kontroli i udoskonalaniu proces. Dlatego bardzo istotnym jego elementem jest ciągłe edukowanie pracowników, mające na celu wypracowanie nawyków dbania o poufność informacji i ograniczonego zaufania.🔒

JAKUB STAŚKIEWICZ,

KONSULTANT DS. BEZPIECZEŃSTWA, AUDYTOR, TRENER, PENTESTER.

POSIADA KILKUNASTOLETNI DOŚWIADCZENIE W BRANŻY IT, ZDOBYTE

NA STANOWISKACH TECHNICZNYCH, MENEDŻERSKICH ORAZ AUDYTORSKICH.

PRACOWNIK FIRMY UPGREAT SYSTEMY KOMPUTEROWE.

Do zobaczenia w czerwcu 2020

Grupa MTP, jako liczący się organizator wielu ważnych imprez targowych, zawsze wsłuchuje się w potrzeby branży. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branżystów, zmienia datę targów MEMENTO Poznań.

FOTO: SERWIS PRASOWY GRUPA MTP/DANA PUCIŁOWSKA



O zmianie terminu targów w Poznaniu rozmawiamy z MARTĄ SZYDŁOWSKĄ, dyrektorem targów MEMENTO

Pierwsza połowa roku obfitowała w wydarzenia targowe dla branży funeralnej. Wystawcy wydają się być zmęczeni taką kumulacją.

To, że istnieje tak wiele wydarzeń dla branży funeralnej, nie powinno być przyczynkiem do zmartwienia, a wręcz przeciwnie. Obecność konkurencji zawsze skłania organizatorów do podnoszenia poprzeczki, zapewniania z edycji na edycję jeszcze wyższego poziomu. To niewątpliwym plusem, z którego korzystają zarówno wystawcy, jak i zwiedzający. Jedne imprezy rozwijają się, rosną w siłę, a inne nie. Jak zwykle, rynek weryfikuje wszystko. Jeśli ktoś uważa, że bez znajomości branży, specyfiki rynku, problemów i wyzwań, którym muszą sprostać producenci, da się zorganizować targi funeralne, to pewnie starcie z rzeczywistością szybko zweryfikuje jego tezę.

Czy jest możliwe spełnienie życzenia branży, by w Polsce odbywały się jedne duże targi branżowe raz na dwa lata?

Grupa MTP jako liczący się organizator wielu ważnych imprez zawsze wsłuchuje się w potrzeby branży. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branżystów, zmieniliśmy datę targów. MEMENTO Poznań odbędzie się w dniach 19-21.06.2020 r.

Kalendarz wszystkich imprez branżowych jest znany ze znacznym wyprzedzeniem, dlatego wystawcy mogą podejmować decyzję, w których wydarzeniach chcą uczestniczyć, na ile imprez pozwala im budżet i które targi w ostatecznym rozrachunku przekładają się na zysk. Dzięki temu, w naturalny sposób, wybierają te wydarzenia, które mają rację bytu. Nasze targi cieszą się dużym uznaniem wśród branżystów – w wydarzeniu uczestniczy ponad 1500 profesjonalnych zwiedzających. To również jedyne polskie targi, które otrzymały rekomendację Światowej Organizacji Operatorów Funeralnych FIAT-IFTA.

Czy targi MEMENTO 2020 czymś się wyróżnią? Na jakie realne korzyści mogą liczyć wystawcy i zwiedzający?

Każda edycja targów MEMENTO jest wyjątkowa. Jestem

pewna, że podobnie będzie w przyszłym roku. To, co zostanie zaprezentowane na ekspozycji, zawsze zależy przede wszystkim od wystawców, a ci mają czas na zgłoszenie udziału do 31 marca 2020. O tym, co będzie można zobaczyć na targach, zawsze komunikujemy na naszej stronie www.mementopoznan.pl. Patrząc na poprzednie edycje, mogę zapewnić, że w Poznaniu nie zabraknie nowości. Wystawcy zyskują tu marketingowo, bo mogą promować swoje produkty i usługi. Ponadto, to tutaj przyznawane są przez Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe nagrody Memento, dzięki którym wystawcy zyskują potwierdzenie wysokiej jakości swoich produktów. Fakt otrzymania takiego wyróżnienia również można wykorzystać w przekazie marketingowym. Targi MEMENTO Poznań to także miejsce konferencji i dyskusji merytorycznych, wymiany kontaktów i kontraktacji biznesowych.

Jak najlepiej rozplanować przygotowanie do targów?

Przygotowując się do targów, warto pomyśleć o tym, co chcemy osiągnąć. Czy chcemy zwiększyć rozpoznawalność naszej marki i zaakcentować jej obecność, czy może chcemy wypromować nowy produkt lub usługę, a może zależy nam na kompleksowym przedstawieniu oferty lub pozyskiwaniu danych osobowych i budowaniu baz potencjalnych odbiorców. Od tego, jaki cel postawimy sobie za nadrzędny, będzie zależała strategia. Powinniśmy też pomyśleć, jak te cele zamierzamy zrealizować. Może warto przygotować specjalną ofertę obowiązującą tylko na targach? A może zapewnić jakąś nieszablonoową atrakcję, która przyciągnie na nasze stoisko więcej zainteresowanych, by mogli zobaczyć nasze produkty? Warto też zdecydować, jak będziemy mierzyć efekty naszych działań? Liczbą podpisanych umów, osiągniętym dochodem, pozyskanymi kontaktami, liczbą zebranych pozytywnych opinii. Niezależnie od celów stricte biznesowych, warto pamiętać, że każde targi sprzyjają nawiązywaniu relacji, dlatego jeszcze przed targami warto zadbać o umówienie spotkań i przesłanie zaproszeń do kluczowych klientów. 





Zapach ma moc, wykorzystaj ją!

Aromamarketing w branży funeralnej

Stosowanie marketingu sensorycznego jest coraz bardziej popularne. Liczą się bowiem doświadczenia, jakich nabywa klient wszystkimi zmysłami w kontakcie z produktem lub usługą. Zapach jest ważnym, niewerbalnym, elementem wielowymiarowej kreacji marki. Z atutów aromamarketingu korzystają niemal wszystkie branże: hotelarska, odzieżowa, beauty, fitness, meblarska, spożywcza, sektor dóbr luksusowych. Od kilku lat marketing zapachowy funkcjonuje również w branży funeralnej.

Marketing zapachowy jest nowym narzędziem marketingowym, które polega, mówiąc najprościej, na doborze odpowiedniego zapachu do danego miejsca w celu uzyskania przyjemnego nastroju, zwiększenia sprzedaży, wprowadzenia atmosfery czystości, świeżości czy maskowania lub neutralizacji nieprzyjemnych zapachów. Przy pomocy zapachów możemy również wywoływać określone emocje, skojarzenia i reakcje. Charakterystyczny dla danej marki zapach staje się jej wizytówką i znakiem rozpoznawczym oraz narzędziem wspomagającym komunikaty na temat jej wizerunku. Odpowiednio dobrany za-

pach może spowodować, że klienci będą identyfikować firmę jako bardziej ekskluzywną, sprzedającą produkty o wyższej jakości.

Każdy przedsiębiorca może stworzyć swoją unikatową tożsamość zapachową, czyli własne zapachowe logo, które pomaga wykreować niepowtarzalne, emocjonalne przywiązanie do marki, jej rozpoznawalność. Jest to jednak bardzo pracochłonne i kosztowne. Stworzenie niepowtarzalnego zapachu od podstaw trwa około pół roku, a koszt próbki wynosi około 100 000 dolarów. Nikt jeszcze na polskim rynku nie odważył się na taki krok, w żadnej z branż.



**Zapach jest szczególnie
potężnym zmysłem.
Zawsze wzbudza emocje
i spotyka się z reakcją
aprobaty lub wstrętu.
Trudno jest mieć neutralne
nastawienie do zapachu**

Jeszcze parę lat temu marketing zapachowy w Polsce był narzędziem bardzo innowacyjnym i czymś, co uważano za zbędny wydatek. Od paru lat używa go coraz więcej marek. W branży funeralnej w Polsce i Europie marketing zapachowy pojawił się około 5 lat temu za sprawą warszawskiej firmy AromaCorp. Z kompleksowych rozwiązań w zakresie aromamarketingu korzystają już zarówno większe, jak i mniejsze firmy pogrzebowe w całej Polsce.

JAKIE ZAPACHY WYBIERAĆ?

O ile zwyczajowo w innych branżach kompozycje zapachowe są dobierane w taki sposób, by woń nie powielała się w sąsiednich sklepach lub punktach usługowych, to w branży pogrzebowej świadomie i celowo stosuje się ten sam, sprawdzony, zestaw zapachów z przeznaczeniem do kaplicy, biura, prosektorium i chłodzi.

W pomieszczeniach biurowych główną nutą jest kwiat białej herbaty, czyli zapach relaksujący, odprężający, niwelujący przygnębiającą atmosferę. W kaplicy stosuje się kompozycję cięższą, opartą na kwiatach orientalnych, aby podbić zapach naturalnych kwiaków, które zwyczajowo znajdują się w kaplicy oraz zniwelować stresującą, nieprzyjemną atmosferę towarzyszącą pożegnaniu, a czasem również maskować nieprzyjemne zapachy. W prosektorium wykorzystuje się natomiast zapach, który jest największym blokerem nieprzyjemnych woni, oparty na nutach pomarańczy i frezji. Tworzy on wrażenie czystości, świeżości, sterylności. Warto podkreślić, że w przypadku prosektorium wprowadzenie zapachu nie jest tylko marketingową zachcianką – chodzi

przede wszystkim o zwiększenie komfortu pracy osób, które tam przebywają przez cały dzień.

Oczywiście nie są to jedyne słuszne kompozycje zapachowe, które można stosować w branży funeralnej. Wśród klientów AromaCorp są domy pogrzebowe, które zdecydowały się na zastosowanie w biurze zapachu opartego na woni kwiatu paczuli, połączonej z bergamotką i nutami drzewnymi, natomiast w miejscu ekspozycji trumien stosują zapach oparty na nutach jasnego drewna, co ma na celu podbicie walorów oferowanego produktu. Pomieszczeń związanych z branżą pogrzebową nie powinno się natomiast aromatyzować zapachami typowo spożywczymi – ciasteczka, wanilia, a także ciężkimi, piżmowymi, perfumeryjnymi.

Aromatyzowanie pomieszczeń to jednak nie jedyne rozwiązanie, z którego mogłaby korzystać branża pogrzebowa. Być może już wkrótce pojawią się rozwiązania umożliwiające aromatyzację ceremonii pogrzebowych odbywających się na przestrzeniach otwartych, na przykład na cmentarzu. Będzie to kolejna forma personalizacji ceremonii. Tymczasem ciekawym zjawiskiem jest również aromatyzacja trumien przy wykorzystaniu specjalnych filcowych wkładów. Można zaromatyzować również karawan czy konsolację.

Zakłady pogrzebowe mogą także zaoferować swoim klientom aromatyczne upominki – niezwykle eleganckie świece z osobistym przesłaniem. Message Candles mają unikatowe, delikatne, otulające zapachy stworzone na bazie olejków eterycznych. Ich woń może przywoływać wspomnienia i tworzyć nowe.

CZY POTRZEBNE MI WSPARCIE PROFESJONALISTÓW?

Mimo iż aromatyzowanie pomieszczeń wydaje się oczywiste i mało skomplikowane, w praktyce marketing zapachowy wymaga profesjonalnej wiedzy, czasu i otwartości umysłu.



CZY WIESZ, ŻE...

Ludzie są w stanie wyczuć i zapamiętać 10 000 zapachów. W świetle wielu badań marketingowych węch jest zmysłem, który wpływa na rozpoznawanie smaku, uczucie miękkości materiałów, barwę, a także nastrój i emocje. Wygląda na to, że węch ma całkiem sporo do powiedzenia w kreowaniu wyobrażenia o otaczającym nas środowisku, a także zapamiętywaniu produktu.

Nie wystarczy wybrać ładny zapach. Trzeba go bardzo dokładnie dopasować do charakteru miejsca, produktu lub marki. Zapanować nad jego intensywnością. Marketing zapachowy ma dużą moc, więc jeśli ma być naprawdę skuteczny, musi być dokładnie przemyślany i stać się częścią szerszej, wielozmysłowej strategii. Aromamarketing warto więc powierzyć profesjonalistom. Cały proces przygotowania komunikacji zapachowej powinien być oparty o badania stanu bazowego (jak postrzegana jest marka przed wprowadzeniem działań marketingu zapachowego) oraz po implementacji zapachu, który przecież silnie oddziałuje na emocje, samopoczucie, zachowania i doświadczenia klientów, przekładając się na sprzedaż oraz wizerunek firmy, marki czy produktu.

CZY AROMAMARKETING JEST SKUTECZNY?

Wyniki wielu badań przywołują korzyści płynące ze stosowania aromamarketingu. Wśród zalet jego stosowania wymienia się między innymi wzrost sprzedaży o 10-30 proc., wzrost wskaźnika ponownego zakupu o 20 proc. i o 15-20 proc. wydłużenie pobytu w sklepie lub placówce usługowej. 73 proc. badanych osób deklaruje, że zapach wywołuje u nich natychmiastowe wspomnienia i uczucia silniej niż jakiegokolwiek inne bodźce zmysłowe. Poprzez zastosowanie określonych zapachów możemy wykreować przyjemną, kojącą atmosferę, odwrócić uwagę klienta od trudnej sytuacji, tak by mógł się skupić na ustalaniu szczegółów ceremonii i być może wybraniu lepszych produktów. Rozpylane za-

CZY WIESZ, ŻE...

Węch jest bezpośrednio związany z układem limbicznym (emocjonalnym centrum ludzkiego mózgu), który odpowiada za nasze wspomnienia, uczucia, zarówno na poziomie świadomym i nieświadomym. Zapach wykracza poza racjonalne postrzeganie i ma wpływ na emocje i działania. Zmysłu powonienia nie da się wyłączyć.

Źródło: www.aromacorp.pl

pachy wpływają na zmniejszenie poziomu stresu (nawet o 30 proc.), wyciszają i działają relaksująco. Należą do nich m.in. lawenda, delikatne pudrowe kompozycje czy też zapachy inspirowane aromatem świeżego prania, które wywołują pozytywne skojarzenia z rodzinnym domem, a co za tym idzie – łagodzą zdenerwowanie czy zniecierpliwienie. Korzyści z aromatyzowania pomieszczeń czerpią również pracownicy i firmy – odpowiednio dobrany zapach pozytywnie wpływa na zadowolenie, efektywność pracy i poziom skupienia osób przebywających w biurze. W przestrzeniach biurowych najlepiej sprawdzają się zapachy pobudzające – cytrusowe, z nutami mięty i imbiru, ponieważ zapobiegają senności, podnoszą poziom koncentracji i zmniejszają liczbę błędów nawet o 20 proc. ☺

REKLAMA

„MYŚLISZ, ŻE PSY NIE PÓJDA DO NIEBA, A JA CI MÓWIĘ, ŻE ONE TAM BĘDĄ DUŻO WCZEŚNIEJ NIŻ MY”

ROBERT LOUIS STEVENSON

PAMIĘTAJ O MNIE

Firma „Pamiętaj o mnie” zajmuje się kompleksową kremacją zwierząt. W zakres naszych usług wchodzi transport, dobór urny i kremacja zwierzęcia. Oferujemy również możliwość upamiętnienia pupila poprzez zatopienie cząstki prochów w kryształach, wykonanie odcisku łapki lub wyjątkowej pamiątkowej biżuterii.

DOSTRZEŻ NOWE MOŻLIWOŚCI DLA SWOICH KLIENTÓW. ZATROSZCZ SIĘ O PUPILA, KIEDY NADEJDZIE ICH CZAS.

Zapraszamy do współpracy
www.pamietajomnie.pl



Pielegnuj pamięć o bliskich

Z myślą o młodym pokoleniu użytkowników, które żyje równolegle w świecie rzeczywistym i wirtualnym, na polskim rynku powstaje platforma internetowa gromadząca wspomnienia o tych, którzy odchodzą. Dla zakładów pogrzebowych to nie tylko okazja do poszerzenia oferty, ale również pozyskania nowego źródła dochodów.



FOTO: SERWIS PRASOWY MEMORIUM IMMORTALIS

O nowej platformie służącej cyfryzacji wspomnień rozmawiamy z MARCINEM PŁOMIŃSKIM, właścicielem firmy MEMORIUM IMMORTALIS

Firma Memoriaum pojawiła się po raz pierwszy na targach FUNERAL EXPO w Warszawie, prezentując QR kody do zamieszczenia na nagrobkach. Podobne rozwiązanie pojawiało się już na polskim rynku z różnym skutkiem. Dlaczego warto zainteresować się produktem Memoriaum.pl? Co go wyróżnia?

Nasz pomysł narodził się, gdy mieszkalem jeszcze w Stanach Zjednoczonych, podczas odwiedzin grobu mojego dobrego przyjaciela, który zmarł tragicznie w wypadku samochodowym. Zauważyłem tam na nagrobku QR kod, który mnie mocno zaintrygował. Postanowiłem dowiedzieć się czegoś więcej na ten temat. Miało to miejsce kilka lat temu, kiedy możliwości IT/Mobile Date i smartfonów w Polsce nie były tak zaawansowane jak dzisiaj. Kiedy poznałem cały zamysł, jaki krył się za odkrytym na nagrobku kodem, zafascynowałem się ideą cyfryzacji wspomnień po kimś, kto zniknął z naszego życia na zawsze. W Polsce próbowałem przez długi czas przekonać otoczenie do takiego rozwiązania, niestety, bez większego skutku i entuzjazmu. Teraz, gdy Polska jest już bardzo rozwinięta technologicznie, szybki Internet jest szeroko dostępny, a używanie urządzeń mobilnych i korzystanie z kodów QR stało się powszechne, wirtualne upamiętnienie zmarłych wydaje się oczywistym następstwem. Rozwiązanie Memoriaum.pl charakteryzuje prostota i łatwa dostępność – każdy może założyć profil, który będzie aktywny przez 20 lat. Co ważne, dostęp do treści i zdjęć zamieszczonych na profilu nie ma ograniczeń terytorialnych – wszystkie dane zapisane są w chmurze, na serwerach na różnych kontynentach. Dzięki temu rodzina i przyjaciele mieszkający za granicą mają taki sam dostęp do wspomnień jak najbliżsi mieszkający w Polsce. W ramach usługi oferujemy unikatowy QR kod wygrawerowany na płytce w kolorze srebrnym lub złotym, dzięki czemu można go dopasować estetycznie do wyglądu płyty nagrobnej. Po zeskanowaniu kodu, przy użyciu każdego ogólnodostępnego czytnika QR kodów, zainstalowanego w smartfonie, użytkownik jest przekierowywany na profil

Czego brakuje polskiej branży pogrzebowej?

Myślę, że pewnego „powiewu świeżości”. Moim zdaniem zakłady pogrzebowe powinny nieco zmodyfikować swoje oferty, koncentrując się nieco bardziej na indywidualnym podejściu do pochówku, chociażby poprzez poszerzenie gamy kolorystycznej nagrobków (szarości, czernie i grafity pogłębiają poczucie straty i przygnębienia), oferowanie nagrobków 3D, realizację pochówków tematycznych w oryginalnych miejscach. Chciałbym bardzo, by wśród ludzi wzrastała wiedza i poparcie dla donacji organów po zmarłym. Ten temat jest niezwykle ważny. Bardzo potrzebna jest zmiana stosunku społeczeństwa do śmierci – śmierć jest przecież naturalnie nieuniknionym etapem w życiu każdej osoby. Przy zmianie podejścia możemy przeżywać ją spokojniej. Zauważam, że ludzie coraz częściej chcą zostawić swój ślad po śmierci, chcą utrwalić pamięć o swoich osiągnięciach i pięknych chwilach swojego życia udokumentowanych na zdjęciach, filmach czy w zapisanych wspomnieniach. Firma Memoriaum już dziś wychodzi naprzeciw tej potrzebie.

osoby zmarłej. Profil może mieć status publiczny lub prywatny. Składa się on ze zdjęcia profilowego, danych typu imię i nazwisko, data urodzenia i śmierci, opisu osoby i wspomnień z jej życia. Ponadto na profilu można zamieścić nawet 500 zdjęć. Te starsze, wykonane tradycyjną metodą i dostępne jedynie na papierowych odbitkach, nie muszą być skanowane – wystarczy je sfotografować w dobrej jakości przy użyciu smartfona, a następnie wgrać na profil osoby zmarłej poprzez naszą aplikację. W przyszłości do profilu będzie można dodawać również nagrania video lub linki do treści umieszczonych w innych portalach.

Do współpracy zaprasza Pan zakłady pogrzebowe – jak może wyglądać współpraca z MEMORIUM IMMORTALIS? Co zyskuje zakład pogrzebowy?

Nasze usługi kierujemy przede wszystkim do klienta końcowego, a więc rodziny i przyjaciół osoby zmarłej. Niemniej jednak, aby poszerzyć dostępność naszej oferty, chcemy wejść we współpracę z domami pogrzebowymi na bardzo prostych zasadach. Zakłady, które zwrócą się do nas z chęcią wspólnej pracy, otrzymają list intencyjny, w którym zobowiązujemy się wypłacić 50 zł za każdy użyty w przyszłości kod rabatowy dla klienta końcowego o wartości 20 proc. na usługi Memorium.pl. Nasza usługa kosztuje tylko 179 zł, a po rabacie 143,2 zł. Chcielibyśmy by właściciele zakładów pogrzebowych włączyli nasz produkt do swojej oferty związanej z realizacją pochówku. Tym samym nie tylko poszerzą spektrum swoich usług, ale również skorzystają finansowo, zyskując nowe źródło dochodu.

Przekazany przez dom pogrzebowy kod rabatowy będzie wpisywany przez klienta w momencie zakupu usług na stronie Memorium.pl. Specjalny algorytm, nadzorowany przez zewnętrzną firmę, wyśle informacje o skorzystaniu z kodu rabatowego uzyskanego w danym zakładzie pogrzebowym do nas i do zakładu pogrzebowego, a więc nie tylko my otrzymamy informację o dokonanej transakcji. Trafi ona również na adres mailowy zakładu pogrzebowego i będzie zawierać uproszczoną informację, że ktoś [bo RODO] użył kodu tego zakładu pogrzebowego. My, zgodnie z deklaracją zawartą w liście intencyjnym, wypłacimy kwotę równoważną ilości użytych kodów, pomnożonych przez 50 zł. Rozliczenie nastąpi raz w miesiącu.

Warto nam zaufać, tym bardziej że rozwój naszej działalności na polskim rynku planujemy wesprzeć szerokimi działaniami promocyjnymi nakierowanymi na klienta potencjalnie zainteresowanego korzystaniem z usług Memorium.pl. Już wkrótce w największych miastach Polski będzie można zobaczyć billboardy reklamowe, a informacje o naszych usługach zagospodzą również w programach znanych youtuberów. Jestem głęboko przekonany, że zdobędziemy uznanie użytkowników.

Taki rozmach i takie kanały komunikacji to dość oryginalny sposób dotarcia do klientów w tej branży. Jest Pan przekonany o jego skuteczności? Dlaczego to może się udać?

Na całym świecie następuje zmiana pokoleniowa. Nasze rozwiązanie skierowane jest do osób młodych. Najbardziej zależy nam na tym, by wzmocnić w nich potrzebę pielęgnacji wiedzy o swoich przodkach. Dlatego zdecydowaliśmy się na marketing na większą skalę. Podjęliśmy współpracę z jednymi z najpopularniejszych youtuberów w Polsce,



Firma Memorium oferuje unikatowy QR kod wygrawerowany na płytce w kolorze srebrnym lub złotym, dzięki czemu można go dopasować estetycznie do wyglądu płyty nagrobnej. QR kod najlepiej jest umieścić na krawędzi nagrobka

którzy mają łącznie ponad 10 mln subskrypcji i ponad 400 mln odtworzeń swoich filmów, którzy bardzo nasz projekt popierają. Wszystko po to, by ich followersi, czyli młoda generacja polskiego społeczeństwa, zaznajomili się z naszym projektem i w efekcie mieli możliwość upamiętnić swoich przodków. W planach mamy także kampanię billboardową na szeroką skalę, usytuowaną przed największymi cmentarzami w Polsce, oraz gwarancję wysokiego pozycjonowania nas w przeglądarkach internetowych.

Myśli Pan o branży funeralnej, postrzeganej raczej jako konserwatywna, w bardzo nowoczesny sposób. Jaką Pana zdaniem, będzie ta branża w przyszłości, za 5, 10, 15 lat?

W przyszłości będzie brakowało miejsc na cmentarzach. Myślę, że za 5-10 lat hitem będą urny biodegradowalne i cmentarze w formie parków, gdzie rodzina będzie mogła posadzić drzewo, pod którym pochowa urnę biodegradowalną z prochami zmarłej osoby. Będzie to substytutem drzewa genealogicznego.

Z mojego długiego doświadczenia w branży IT w dziale R&D (Research and Development) wynika, że z wielkim prawdopodobieństwem w ciągu najbliższych 15 lat napotkamy na cmentarzach hologramy zmarłych bliskich, które będą generowane na nagrobkach napędzanych energią solarną. W dalekiej przyszłości łączność naziemna będzie na tyle zaawansowana, że nie będą więcej potrzebne satelity. To znacząco wpłynie na sposób komunikacji.

Nasze społeczeństwo starzeje się, rynek funeralny będzie dzięki temu rósł, ale tu akurat nie chodzi o pieniądze, tu chodzi o pamięć o naszych bliskich. 📍

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

Zapraszamy do kontaktu:

Memorium.pl

MEMORIUM.PL

Aleja Piłsudskiego 35E, 05-077 Warszawa

☎ **+48 725 279 332, +48 691 017 431**

✉ **info@memorium.pl**

www.memorium.pl

Wczoraj. Dziś. TANEXPO

Targi TANEXPO, od wielu lat gromadzące profesjonalistów branży funeralnej, odbędą się w dniach 26-28 marca 2020 r. w przepięknej Bolonii. Tę edycję wydarzenia promuje hasło „Wczoraj. Dziś. Tanexpo”, podkreślając gotowość organizatorów do wyznaczania nowych trendów w branży.



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW TANEXPO



Targi TANEXPO sprzyjają realizacji międzynarodowych celów biznesowych i dostarczają branżowych inspiracji. Pozytywne echo edycji 2018 wciąż powraca: trzy intensywne dni, 250 wystawców (o 30 proc. wzrosła liczba wystawców zagranicznych) i 18 700 odwiedzających z 55 krajów świata – to imponujące statystyki.

Najbliższa edycja tego wydarzenia w 2020 r. również zapowiada się obiecująco. Już pod koniec czerwca, w pierwszym terminie zgłoszeń, powierzchnię wystawienniczą zarezerwowało 130 przedsiębiorców oferujących całą gamę produktów pogrzebowych i cmentarnych. Liczba wystawców rośnie z dnia na dzień i jest na bieżąco aktualizowana na stronie internetowej www.tanexpo.com.

Z rozmów z przedsiębiorcami pogrzebowymi wynika, że nie mogą się już doczekać, kiedy zaczną odkrywać w Bolonii innowacje wnoszące nową jakość do ich codziennej pracy, pomagające rozwijać ich biznes i lepiej służyć rodzinom. TANEXPO już wielokrotnie było miejscem narodzin nowych inicjatyw biznesowych, przedsięwzięć o charakterze artystycznym czy edukacyjnym.

W 2018 r. powstał projekt szkoleniowy TANEXPOEducation, którego celem jest omawianie aktualnych branżowych wyzwań w gronie profesjonalistów i renomowanych prelegentów z różnych krajów. Organizatorzy targów intensywnie pracują nad tym, aby w 2020 r. ponownie ożywić ekspozycję trzydniowymi warsztatami i wykładami skoncentrowanymi na ważnych, najbardziej aktualnych tematach wynikających ze zmian społecznych i kulturowych. Już dziś zdradzają, że tematyka szkoleń skoncentruje się na nowych profesjach, które już wkrótce pojawią się w branży. Jedną z nich będzie

zawód Funeral Planner, czyli osoby zajmującej się projektowaniem, planowaniem i organizacją ceremonii pogrzebowej zgodnie z zapotrzebowaniem na różne obrzędy religijne lub na ceremonie świeckie organizowane we współpracy z krewnymi i przyjaciółmi zmarłego. Kolejnym ważnym zawodem będzie w przyszłości Funeral Make-Up Artist, który będzie dbał o wizerunek zmarłego w czasie uroczystości ostatniego pożegnania. W przyszłości bardzo ważna będzie również umiejętność posługiwania się narzędziami informatycznymi. Eksperti od cyfrowych rozwiązań – Digital Experts – będą pełnić kluczową funkcję w promocji firmy i jej usług w Internecie i w social mediach. I wreszcie, wymieniony jako ostatni, ale równie ważny zawód przyszłości – Pet Funeral Planner, a więc organizator ceremonii pożegnań z pupilami domowymi traktowanymi często jak członek rodziny. 

**Chcesz poszerzać swoje horyzonty?
Szukaj inspiracji w czasie targów TANEXPO
– więcej informacji na www.tanexpo.com**

TANEXPO
MIĘDZYNARODOWE TARGI BRANŻY
POGRZEBOWEJ I CMEN TARNEJ



FUNERAL FINANCE
GROUP SP. Z O.O.

ODBIERZ PIENIĄDZE ZA USŁUGĘ POGRZEBOWĄ JESZCZE DZIŚ!

**Nie czekaj tygodniami
aż ZUS czy KRUS Ci zapłaci!**

Prześlij nam kopie dokumentów,
które złożyłeś w ZUS czy KRUS,
a pieniądze za swój zasiłek
otrzymasz w ciągu 24 godzin.

Nasi konsultanci są
do Twojej dyspozycji!

+48 507 244 036

www.funeralfinance.pl



WYPRÓBUJ ZA DARMO!

Warto odkrywać

targi na
świecie



→ **NECROPOLIS - TANEXPOWORLD RUSSIA 2019** 📅 30.10- 1.11.2019 📍 Moskwa, Rosja

→ **FUNÉRAIRE PARIS 2019** 📅 20-22.11.2019 📍 Paryż, Francja

→ **FUNERAL FORUM** 📅 22-23.11.2019 📍 Poznań, Polska

chwila
refleksji



Życie składa się
z **POWITAŃ** i **pożegnań**.

Victor Hugo

Czy wiesz, że...



Waszyngton jako pierwszy amerykański stan zalegalizował kompostowanie zwłok. Prawo oficjalnie wejdzie w życie w 2020 roku. Tymczasem już teraz spekuluje się, że w niedługim czasie kolejne stany mogą wziąć przykład z Waszyngtonu, zwłaszcza że kompostowanie jest ekologiczną, przyjazną środowisku, alternatywą dla balsamowania, kremacji czy tradycyjnego pochówku.

Na mocy nowego prawa licencjonowane podmioty mogą oferować usługę „naturalnej redukcji organicznej”.

Pierwszym z nich jest firma Recompose. Przeprowadzany przez nią proces kompostowania zwłok polega na umieszczeniu ciała w naczyniu wielorazowego użytku, i przykryciu go naturalnymi materiałami, jak np. słoma, zręby drewna czy lucerna. Naturalny proces kompostowania trwa około 30 dni. Jego efektem jest ziemia kompostowa. Rodzina i bliscy osoby zmarłej mogą otrzymać część powstałego w ten sposób materiału biologicznego i użyć go jako kompostu w swoich ogrodach lub rozrzucić w odpowiednim miejscu, jak popioły po kremacji. Jeśli rodzina nie wyrazi chęci zabrania pozostałości po procesie kompostowania, gleba ta zostanie przeznaczona do użytku na terenach chronionych regionu Puget Sound.

Władze Waszyngtonu podejmując decyzję, wzięły pod uwagę fakt, że metoda ta ma wiele plusów – dzięki niej zmniejszy się ilość obszarów miejskich, które będzie trzeba przeznaczać na kolejne cmentarze, kompostowanie zużywa mniej więcej ośmiokrotnie mniej energii niż kremacja, pozwala też oszczędzić energię, która zostałaby zużyta w przemyśle odpowiedzialnym za produkcję urn, nagrobków i trumien.

W Europie póki co jedynym państwem, którego prawo pozwala na kompostowanie ludzkich zwłok, jest Szwecja, natomiast w Wielkiej Brytanii dozwolony jest pochówek bez trumny.

Mieszkańcy Poznania zyskali cmentarz dla zwierząt domowych zlokalizowany 20 km od granic miasta, przy zjeździe z DK92 w kierunku Nekielki. Osoby zainteresowane godnym pożegnaniem swoich pupili mogą skorzystać również z usług kremacji indywidualnej, szerokiego spektrum urn oraz produktów upamiętniających pupila, jak chociażby gipsowy odcisk łapki czy kryształ pamięci.

Więcej informacji dostępnych jest na stronie internetowej <http://petcemeteries.pl/>



Wizualizacja przyszłej infrastruktury kompostowej firmy Recompose

FOTO: WWW.RECOMPOSE.LIFE/MOL STUDIOS



RECYKLING

OrthoMetals zajmuje się wszystkimi metalami pozostałymi po kremacji. Poprzez recykling przyczyniamy się między innymi do ochrony środowiska. Zachęcamy do wzięcia udziału w naszym procesie recyklingu.



ZAPEWNIANIE NAJLEPSZYCH USŁUG

OrthoMetals zapewnia przejrzystość i wygodę usług. Ty możesz skupić się na swojej działalności. Posiadamy niezbędne doświadczenie oraz certyfikaty, które zapewniają, że proces recyklingu przebiega w najbardziej odpowiedni sposób oraz zgodnie z obowiązującym prawem.



WSPARCIE ORGANIZACJI CHARYTATYWNYCH

OrthoMetals aktywnie wspiera organizacje charytatywne. Sam możesz wybrać organizację charytatywną, na rzecz której zostaną przekazane zyski z recyklingu metali.

PRZETWARZAMY METALE POZOSTAŁE PO KREMACJI

Nazywamy się OrthoMetals

Jesteśmy liderem na rynku światowym, jak również jesteśmy firmą rodzinną.

Działamy od 1997 roku i obecnie świadczymy usługi dla ponad 1250 krematoriów z całego świata.

Naszą misją jest stosowanie legalnych i przyjaznych środowisku metod przetwarzania i odzysku metali.

OrthoMetals zapewnia krematoriom najlepsze rozwiązania w zakresie recyklingu metali oraz dostarcza możliwie najlepsze usługi krematoriom już współpracującym.

Jesteśmy niezawodnym, rzetelnym partnerem z doświadczeniem w ponad 30 krajach.

Dołącz do nas za darmo

Już dziś wybierz rozwiązania OrthoMetals w zakresie recyklingu a będziesz mógł skorzystać z naszych usług darmowych na całym świecie.



www.orthometals.pl
polska@orthometals.nl
+31 645736111



22-23 LISTOPADA 2019, POZNAŃ

www.funeralforum.pl

funeral
forum

inspiracje - marketing - sprzedaż

Poszerz swoje kompetencje!

Komunikacja – skuteczna sprzedaż – budowanie relacji

Trzecia odsłona – kreatywnych spotkań i warsztatów dla profesjonalistów branży funeralnej w ramach Funeral Forum odbędzie się w dniach 22-23 listopada w Poznaniu! To wydarzenie dla przedsiębiorców pogrzebowych, którzy chcą wyprzedzić konkurencję, wiedzieć wcześniej, dokąd zmierza branża oraz czują potrzebę wzmacniania swoich kompetencji związanych z marketingiem, sprzedażą i komunikacją. W czasie Funeral Forum otrzymasz solidną porcję praktycznej wie-

dzy, okraszoną warsztatami, gotową do wdrożenia w Twojej codziennej działalności. Charyzmatyczni eksperci będą mówić konkretnie i na temat. W przerwach między prelekcjami będzie można skorzystać z bezpłatnych porad ekspertów.

Zgłoś udział na www.funeralforum.pl

Termin zgłoszeń upływa 18 listopada

BILET OPTIMUM

szkolenie + lunch + kolacja
399 PLN + 23% VAT (490,77 PLN brutto)

- udział w Funeral Forum – 2 dni szkolenia
- matchmaking wizytówkowy
- bufet kawowy
- dwudaniowy lunch
- Evening Party
- bilet wstępu na targi branży kamieniarskiej Stone
- parking na terenie targów
- dyplom potwierdzający udział w Funeral Forum

BILET PREMIUM

szkolenie + lunch + kolacja + nocleg
599 PLN + 23% VAT (736,77 PLN brutto)

- udział w Funeral Forum – 2 dni szkolenia
- matchmaking wizytówkowy
- bufet kawowy
- dwudaniowy lunch
- Evening Party
- bilet wstępu na targi branży kamieniarskiej Stone
- parking na terenie targów
- dyplom potwierdzający udział w Funeral Forum
- nocleg w hotelu 3* w centrum Poznania

POZNAJ PARTNERÓW FUNERAL FORUM 2019

ORGANIZATOR:



PARTNER GŁÓWNY:

PARTNERZY STRATEGICZNI:



PARTNERZY:



PATRONAT MEDIALNY:



POZNAJ EKSPERTÓW FUNERAL FORUM 2019



MARTA CAŁA-STURZBECHER,
AGENCJA MARKETINGOWA MOMA,
WWW.MARKETINGFUNERALNY.PL

Będzie moderatorem całego Funeral Forum. Wprowadzi uczestników w pojęcie bycia S.M.A.R.T.E.R w kontekście wyznaczania celów w komunikacji, marketingu i sprzedaży w czasach rozwoju nowych technologii.



RAFAŁ BŁACHOWSKI,
TRENER BŁACHOWSKI I PARTNERZY CENTRUM
SZKOLEŃ I DORADZTWA BIZNESOWEGO,
WWW.SKUTECZNAKOMUNIKACJA.PL

Poprowadzi dwugodzinny praktyczny warsztat dotyczący analizy osobistych predyspozycji komunikacyjnych oraz symulację i analizę negocjacji, dzięki czemu uczestnicy dowiedzą się, jak prowadzić rozmowy z klientem indywidualnym i biznesowym, by zakończyć je sukcesem.



GABRIELA CEROWSKA,
AGENCJA MARKETINGOWA MOMA

Opowie o e-marketingu i podpowie, jak w branży funeralnej wykorzystać szanse wynikające z cyfrowej transformacji naszych czasów.



ZIEMOWIT SOSIŃSKI,
ACTAM COMMUNICATIONS

Będzie mówił o wykorzystaniu video marketingu w branży funeralnej oraz projektowaniu doświadczeń klienta domu pogrzebowego w kontekście usług pre i post.



MAREK CICHEWICZ,
FIRMY BONGO I E-KLEPSYDRA

Dowiesz się, jak nowe technologie mogą wspierać Twoją działalność w obszarze budowania relacji, promocji i zwiększania sprzedaży, a Ty możesz pomagać organizacjom pożytku publicznego.



ANJA FRANCAK, TOWARZYSZKA W ŻAŁOBIE
I AUTORKA BLOGA WWW.SPRAWYOSTATECZNE.PL

Będzie mówiła o procesie żałoby, szczególnie koncentrując się na okresie między śmiercią a pogrzebem. Jaką rolę może odgrywać w tym czasie zakład pogrzebowy? Jak do tego zagadnienia podchodzą młodzi przedsiębiorcy niemieckiej branży funeralnej, którzy zredefiniowali zakres swoich usług.



MARCIN TUTAK,
FIRMA TUSOFT SYSTEMY INFORMATYCZNE

Chcesz wiedzieć, jak sprawnie i skutecznie zarządzać przedsiębiorstwem pogrzebowym – poznaj nowe funkcjonalności oprogramowania Funeral System dla zakładów pogrzebowych.



JAKUB ROSIAK,
FUNERAL FINANCE SP. Z O.O.

Przedstawi szanse na obniżenie kosztów prowadzenia firmy, wynikające z bieżącego finansowania działalności zakładów pogrzebowych.



JACEK SZYMAŃSKI,
LABORANT SEKCyjNY, SZKOLENIOWIEC
FIRMY HYGECO POLSKA SP. Z O.O.

Przedstawi fakty i obali mity związane z zawodem prosektora, technika laboranta. Będzie mówił o „podwalinach” dobrego wykształcenia w zawodzie i perspektywach rozwoju zawodowego.



MATEUSZ GAJEWICZ,
MEMCARE TECHNOLOGIES SP. Z O.O.

Zaprezentuje możliwości rozwiązań Memcare Partner i Memcare Notify, które znacząco zmieniają sposób zarządzania i komunikacji w branży pogrzebowej. Dlaczego warto podążać za cyfrową transformacją? Jakie przynosi to korzyści i nowe możliwości?

Szczegółowy program Funeral Forum dostępny na www.funeralforum.pl



ZAPRASZA

mtp
GRUPA

GOLDEN MARKETING CONFERENCE

WARSZAWA

23-24 WRZEŚNIA 2019

KATOWICE

20-21 LISTOPADA 2019

**PRELEGENCI Z NAJWIĘKSZYCH
POLSKICH I ZAGRANICZNYCH FIRM**

KAMPAKIE ONLINE
DIGITAL MARKETING
STRATEGIE MARKETINGOWE
CASE STUDY

Napisz do nas wiadomość na gmcwarszawa@grupamtp.pl lub gmkatowice@grupamtp.pl
ze wskazaniem w jakim czasopiśmie zobaczyłeś tę reklamę. a w odpowiedzi prześlemy kod rabatowy.

Poznaj partnerów biznesowych

AKCESORIA FUNERALNE



www.carmen.lublin.pl

CARMEN Sp. J.

ul. Choiny 7 | 20-816 Lublin
tel.: +48 81 742 94 40 | tel. kom.: +48 502 680 287

Producent galanterii i akcesoriów pogrzebowych. Firma oferuje: okucia, wybicia trumienne, odzież dla zmarłych oraz odzież dla pracowników zakładów pogrzebowych, worki na zwłoki oraz worki ekshumacyjne, urny, poduszki pod urnę, tabliczki plastikowe i aluminiowe, nekrologi, chorągwie, dewocjonalia, oprawy na dokumenty, obrazki wspomnieniowe.



AKCESORIA POGRZEBOWE

www.plastmetrypin.pl

PLASTMET Sp. z o.o.

Ławy 24c | 87-500 Rypin
tel./fax: +48 54 280 75 90
e-mail: biuro@plastmetrypin.pl

Europejski lider w produkcji i sprzedaży akcesoriów pogrzebowych. Zapewniamy klientom najwyższą jakość w przystępnej cenie. Naszym celem jest tworzenie trwałych wartości, niezmiennych jakości w oparciu o tradycję i nowe technologie. Dostosowujemy ofertę do potrzeb rynku i naszych klientów.



www.worki-fofia.com

CIEFOL

ul. Słowackiego 106 | 97-500 Radomsko
tel.: +48 602 769 751 | tel./fax: +48 44 738 34 05
e-mail: worki-fofia@worki-fofia.com

Jeden z największych producentów worków na zwłoki w Polsce. Oferujemy worki na zwłoki z folii polietylenowej w kolorze białym, czarnym, niebieskim, worki do ekshumacji w kolorze czarnym. Przyjmujemy zamówienia indywidualne. Nowością w naszej ofercie są pierwsze w Polsce oksybiodegradowalne worki na zwłoki z d2w®. Posiadamy niezbędne atesty PHZ oraz atest COBRO informujący, iż nasze worki nie posiadają polichloru winylu, co umożliwia ekologiczne spalanie.



www.funeralne.com

PRIMA TECH S.C.

ul. Górna 2A | 42-262 Kolonia Poczesna
tel./fax: +48 34 328 51 48 | tel. kom.: +48 606 948 494
e-mail: primatech@op.pl

Oferujemy: kapsuły, katafalki, namioty pogrzebowe, nosidełka do urn, nosze transportowe, obrzeża nagrobne, regały na trumny, stojaki pod wieńce, stoły balsamacyjne, urządzenia chłodnicze, wózki nożycowe i wiele innych. Posiadamy dystrybutorów na terenie całej Europy. Jesteśmy firmą godną zaufania – należymy do organizacji branżowych Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego oraz Polskiej Izby Pogrzebowej.



JOHN M STOLARSTWO

Jan Mizerny
ul. Krotoszyńska 65 | 63-708 Rozdrażew
tel. kom.: +48 502 358 982

Od lat oferujemy sprawdzone drewniane tymczasowe ramy nagrobne oraz krzyże.



www.grupasebpol.pl

GRUPA SEBPOL

ul. Gliniana 63 | 42-400 Zawiercie
tel. kom.: +48 578 13 13 15
e-mail: info@grupasebpol.pl

Zajmujemy się dystrybucją rękawiczek jednorazowych diagnostycznych i ochronnych wykonanych z surowców nitril, lateks, winyl o niezwykłym poziomie wytrzymałości, najlepszej jakości z wszelkimi wymaganymi atestami. Najważniejszy dla nas jest ciągły rozwój, wobec czego w naszej ofercie pojawiają się niebawem także rękawiczki foliowe oraz powiększona gama kolorów.



www.stolarniagrodzka.pl

STOLARNIA GRODZKA

Nowe Grodziczno 22b | 13-324 Grodziczno
tel. kom.: +48 503 021 771
e-mail: stolarniagrodzka@wp.pl

Jesteśmy producentem wyrobów drewnianych, m.in. krzyży cmentarnych, obrzeży nagrobnych i ławek cmentarnych. Istniejemy na rynku od 2016 r. Jesteśmy rzetelną i dynamicznie rozwijającą się firmą. Dbamy o szczegóły i wysoką jakość produkowanych wyrobów. Sprawnie adaptujemy się do zróżnicowanych potrzeb i wymagań klientów. Współpracujemy z wieloma zakładami pogrzebowymi. Nasze wyroby dostarczamy osobiście oraz wysyłamy firmą kurierską w dowolne miejsce na terenie całego kraju.



www.zniczpamieci.pl

ZNICZPAMIECI.PL

ul. Palucha 4 | 60-408 Poznań
e-mail: biuro@zniczpamieci.pl

Oferujemy szeroki wybór akcesoriów funeralnych: kryształowe urny i relikwiarze wykonane ręcznie z kunsztownymi zdobieniami, unikatowe kryształy pamięci z małą ilością prochów zmarłego dostępne w wielu formach, kształtach i kolorach oraz biżuterię pamiątkową z odciskiem palca, profilem lub odciskiem stópki w przypadku dzieci.

FINANSE



www.funeralfinance.pl

FUNERAL FINANCE GROUP Sp. z o.o.

ul. Irysowa 4, Bielany Wrocławskie | 55-040 Kobierzyce
tel. kom.: +48 507 244 036
e-mail: biuro@funeralfinance.pl

Niekwestionowany lider rynku w zakresie dostarczania sprawdzonych i najlepszych rozwiązań finansowych przedsiębiorcom branży pogrzebowej. Przedmiotem działalności Funeral Finance jest dostarczanie produktów finansowych stworzonych wyłącznie dla podmiotów branży funeralnej i jej klientów.

KARAWANY I SAMOCHODY POGREBOWE



www.vanprocenter.pl

AUTO IDEA Sp. z o.o.

ul. Narodowych Sił Zbrojnych 9 | 15-690 Białystok
tel.: +48 800 200 200

Autoryzowany dealer Mercedes-Benz rozpoczął działalność w roku 1999. Obecnie, jako jedna z największych grup dealerskich, aktywnie działa w zakresie sprzedaży i serwisu samochodów osobowych, dostawczych i ciężarowych Mercedes-Benz w całej północno-wschodniej Polsce oraz na rynku warszawskim.

Nasze lokalizacje:

- Białystok – ul. Narodowych Sił Zbrojnych 9,
- Łomianki – Warszawa, ul. Brukowa 46,
- Olsztyn – ul. Towarowa 11.

CHŁODNIE



www.chlodnictwo-automat.pl

WYTWÓRNIĄ URZĄDZEŃ CHŁODNICZYCH AUTOMAT

ul. Grażyńskiego 12 | 43-300 Bielsko-Biała
tel.: +48 33 499 89 01 | tel. kom.: +48 696 359 049
e-mail: biuro@chlodnictwo-automat.pl

Producent komór i urządzeń chłodniczych dla handlu, gastronomii, zakładów pogrzebowych, prosektoriów oraz kaplic przykościelnych. Kolorystyka i gabaryty poszczególnych urządzeń ustalane są według sugestii klienta. Istnieje możliwość wykonania każdego urządzenia w litym drewnie. Firma słynie z produkcji nowoczesnych, estetycznych urządzeń cechujących się niską awaryjnością.



www.garcarek.mercedes-benz.pl

AUTO PARTNER JAN GARCAREK I ANDRZEJ GARCAREK Sp. J.

Ocięż, ul. Ostrowska 6 | 63-460 Nowe Skalmierzyce
Doradca Handlowy dedykowany branży pogrzebowej:
Marcin Partyka – tel. kom.: +48 575 417 997
e-mail: marcin.partyka@garcarek.mercedes-benz.pl

Sprawdzone rozwiązania dla branży pogrzebowej. Oferujemy usługi z zakresu sprzedaży, finansowania, serwisu i zabudowy samochodów marki Mercedes-Benz. Opieramy się na wieloletnim doświadczeniu i zdobytej wiedzy, która pozwala nam zaproponować wysoką jakość obsługi oraz najwyższej jakości produkty dedykowane specjalnie profesjonalistom branży pogrzebowej.


www.bautex.pl
BAUTEX

ul. Juranda ze Spychowa 65 | 03-257 Warszawa
tel.: + 48 22 676 96 60
tel. kom.: + 48 603 363 987, + 48 605 993 987, + 48 603 653 987
For english please call: + 48 603 363 987 or + 48 605 993 987
e-mail: bautex@bautex.pl

Producent karawanów od 1999 roku. W ofercie posiadamy samochody typu furgon i limuzyna. Do każdej zabudowy podchodzimy indywidualnie, oferując pojazdy do konduktów, transportów prokuratorskich oraz międzynarodowych. Posiadamy homologację na pojazdy typu karawan. Nasze pojazdy spełniają przepisy dotyczące transportu zmarłych na terenie UE.


www.morpheus.com.pl
MORPHEUS POJAZDY SPECJALNE

ul. Poznańska 56 | 69-110 Rzepin
tel. kom.: +48 500 700 911

Wykonujemy profesjonalne zabudowy funeralne. Specjalizujemy się w sprzedaży gotowych karawanów pogrzebowych. Nasza zabudowa przystosowana jest do Mercedesa Vito model W447, Volkswagen T5, T6, Opel Vivaro oraz Renault Trafic. Nasze modele są dostosowane do przewozu dwóch lub czterech trumien. Zapewniamy fachowe doradztwo oraz pomoc w wyborze zabudowy.


Bemo Motors
BEMO MOTORS

ul. Mogileńska 50 | 61-044 Poznań | tel.: + 48 61 100 100
ul. Opłotki 19 | 60-012 Poznań | tel.: + 48 61 90 90 00

Autoryzowany dealer samochodów marki Ford, to jedna z największych sieci dealerskich w Polsce. W jej skład wchodzi sześć salonów sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych w Poznaniu, Szczecinie, Koszalinie oraz Warszawie. Firma działająca na polskim rynku od 1993 roku, może pochwalić się wieloletnim i bogatym doświadczeniem w sprzedaży i obsłudze samochodów.


www.van-team.pl
ZABUDOWY SAMOCHODÓW POGRZEBOWYCH VAN-TEAM

ul. Plac Młynów 4 | 49-300 Brzeg
e-mail: van-team@o2.pl

Od ponad 10 lat wykonujemy zabudowy karawanów pogrzebowych przystosowanych do jednoczesnego przewozu od 2 do 8 trumien. Wykonujemy również adaptacje samochodów dostawczych i ciężarowych. Do produkcji wykorzystujemy części oraz produkty, które posiadają atesty oraz homologacje. Naszą dumą jest specjalistyczny park spawalniczy, w którym powstają elementy wykończeniowe z metali, aluminium oraz chromoniklu (kwasiak). Współpracujemy również z wykwalifikowanym tapicerem.

CARSED
www.carsed.pl
CARSED CENTRUM FLOTOWE

ul. Łopuszańska 72 | 02-232 Warszawa
Osoba do kontaktu: Piotr Siniarski – tel. kom.: +48 734 462 155

Jedna z największych firm dealerskich w kraju. Autoryzowany Dealer i Partner Serwisowy Volkswagen, SEAT, SKODA i Volkswagen Samochody Użytkowe. Oferujemy Volkswagen T6 Karawan i Volkswagen Caddy Karawan dostępne od ręki. Różne kolory. Auto zastępcze KARAWAN do wynajęcia. Cała Polska.

NAMIOTY

www.mitko.pl
MITKO Sp. z o.o.

Osiedle 1 Maja 16G | 44-304 Wodzisław Śląski
tel.: +48 32 444 66 16
e-mail: kontakt@mitko.pl

Firma Mitko to ceniony producent namiotów pogrzebowych z ponad 25-letnim stażem. Na potrzeby branży pogrzebowej opracowaliśmy rozmiary namiotów dostosowane do wymiarów grobów: 2 x 3; 2,2 x 3,3; 2,5 x 3,75; 2,7 x 4,05 m. Nasze stelaże posiadają nawet 5 lat gwarancji. Wykonujemy dowolne nadruki reklamowe, również w kolorze złotym i srebrnym.



www.vitabri.pl

VITABRI SA

ul. św. Rocha 89 | 42-200 Częstochowa
tel.: +48 34 369 71 39 | tel. kom.: +48 502 112 910
e-mail: info@vitabri.pl

Namioty VITABRI są profesjonalnym sprzętem używanym w branży pogrzebowej. Korzystają z nich zarówno zakłady pogrzebowe, jak i firmy kamieniarskie. Konstrukcje namiotów VITABRI są w 100% aluminiowe, całkowicie wzmacniane, z 5-letnią gwarancją. Poszycia wykonane są z certyfikowanych materiałów z atestami na UV oraz wodoodporność. Wykonujemy wysokiej jakości nadruki na namiotach, również srebrne oraz złote.

Memorium.pl

www.memorium.pl

MEMORIUM IMMORTALIS

Marcin Płomiński
Aleja Piłsudskiego 35E | 05-077 Warszawa
tel. kom.: +48 48 725 279 332, +48 691 017 431
e-mail: info@memorium.pl

Portal Memorium.pl zajmuje się pielęgnowaniem pamięci życia osób, które odeszły. Firma oferuje grawerowane unikatowe kody QR do umieszczenia na nagrobku. Po ich zeskanowaniu przechodzi się na profil zmarłej osoby, gdzie można dodawać zdjęcia i wspomnienia.

OPROGRAMOWANIE



www.eklepsydra.pl

eKLEPSYDRA

tel. kom.: +48 505 686 202, +48 695 985 022
e-mail: administrator@eklepsydra.pl, opiekun@eklepsydra.pl

Proste i nowoczesne narzędzie, które wspiera powiadomianie o stracie bliskiej osoby i przekazanie szczegółów dotyczących ostatniego pożegnania. System opiera się na wiadomości SMS zawierającej link do personalizowanego elektronicznego powiadomienia pogrzebowego, zawierającego m.in. nawigację do miejsc związanych z ceremonią oraz umożliwiającego zamówienie kwiatów z wykorzystaniem płatności online.



www.tusoft.com.pl

TUSOFT SYSTEMY INFORMATYCZNE

ul. Krakowska 129 | 32-652 Bulowice
tel.: +48 32 441 81 44 | tel. kom.: +48 791 701 468
fax: +48 32 441 81 45
e-mail: kontakt@tusoft.com.pl

Firma TuSoft Systemy Informatyczne oferuje kompleksowe rozwiązania informatyczne dla branży funeralnej w Polsce: **Funeral System** – przyjazne i łatwe w obsłudze oprogramowanie dla przedsiębiorstw pogrzebowych; **Crematory System** – oprogramowanie wspomagające efektywne i sprawne zarządzanie krematorium; **Klepsydra** – oprogramowanie wspomagające przygotowanie i drukowanie klepsydr pogrzebowych.



www.memcare.pl

MEMCARE TECHNOLOGIES Sp. z o.o.

ul. Żelazna 59 | 00-848 Warszawa
tel. kom.: +48 608 149 074
e-mail: info@memcare.com

Memcare – rozwiązania nowej generacji dla branży funeralnej. Dostarczamy innowacyjne rozwiązania technologiczne zarówno rodzinom, które straciły bliską osobę, jak i domom pogrzebowym w Polsce i na świecie. Dowiedz się więcej na www.memcare.pl.



PIECE KREMACYJNE

MS CONSTRUCTION Sp. z o.o.

ul. Ogrodowa 2C | 05-090 Raszyn
Wiktor Stoma – tel. kom.: +48 601 321 250
e-mail: w.stoma@gmail.com
Bożena Bogdańska – tel. kom.: +48 607 048 608
e-mail: b.bogdanska@gmail.com

Przedstawiciel w Polsce francuskiej firmy ATI Environnement, konstruktora i producenta pieców kremacyjnych. Oferujemy dostawę, montaż i uruchomienie kompletnej linii kremacyjnej, opracowanie niezbędnej dokumentacji, autoryzowany serwis oraz opcjonalnie – systemy odzysku ciepła i oczyszczania spalin.

REKLAMA I MARKETING



WWW.FUNER.COM.PL

www.funer.com.pl

www.uslugipogrzebowe.com.pl

FUNER.COM.PL | BRAINBOX WOJCIECH KUDELA

ul. Śląska 53 / C203 | 81-304 Gdynia

tel.: +48 501 759 267

FUNER.com.pl oraz UsługiPogrzebowe.com.pl to platformy internetowe skupiające zakłady pogrzebowe, kamieniarzy, krematoria oraz dostawców produktów i usług dla branży funeralnej. Portale służą pomocą osobom, które w sytuacji śmierci bliskiej osoby szukają kontaktu z zakładami pogrzebowymi. Funer.com.pl to również miejsce wymiany ogłoszeń i kontaktów branżowych.

SZKOLENIA



www.naglesami.org.pl

FUNDACJA NAGLE SAMI

Al. Wojska Polskiego 1A | 01-524 Warszawa – Żoliborz

tel.: +48 22 633 54 25 | tel. kom.: +48 502 511 138

e-mail: info@naglesami.org.pl

Pierwsza w Polsce organizacja pozarządowa zajmująca się w sposób kompleksowy pomocą dla osób w żałobie. Służy pomocą psychologiczną oraz formalnoprawną dla wszystkich osób dorosłych i dzieci po stracie, inicjuje dyskusję o doświadczaniu żałoby i kształtuje wrażliwość społeczną na sytuację osieroconych dorosłych i dzieci. Prowadzi szkolenia i warsztaty na temat pomocy osobom w żałobie.

www.moma-marketing.pl
www.marketingfuneralny.pl**AGENCJA MARKETINGOWA MOMA**

Al. Korfantego 193 | 40-153 Katowice

tel. kom.: +48 664 702 724

e-mail: biuro@moma-marketing.pl

Wprowadzasz nowy produkt na polski rynek? A może działasz w branży pogrzebowej, ale chcesz zwiększyć swój udział w rynku / rentowność firmy? Zapraszamy do współpracy – opracujemy strategię marketingową, układamy plany działania, działamy jako zewnętrzny dział marketingu Twojej firmy.



www.tanatopraksja.pl

HYGECO POLSKA SP. Z O.O.

ul. Partyzantów 34 | 05-092 Łomianki

tel.: +48 22 751 37 44 | fax: +48 22 751 08 15

e-mail: info@hygeco.com.pl

Hygeco Polska od wielu lat jest kompleksowym dostawcą wyposażenia i szkoleń dla branży pogrzebowej. Oferuje m.in. urny – od najtańszych po najbardziej wyrafinowane, komory chłodnicze, stoły sekcyjne i oświetlenie do prosektorium, zróżnicowane wystroje kaplic, duży wybór środków dezynfekcyjnych i kosmetyków. Jako jedyny organizator kursów dla branży funeralnej spełnia standardy państwowej certyfikacji usług szkoleniowych.



www.tanexpo.com

TANEXPO INTERNATIONAL FUNERAL AND CEMETERY EXHIBITION

Organized by: Conference Service s.r.l.

Via de' Buttieri 5/a | 40125 Bologna | Italy

tel.: +39 051 429 83 11 | fax: +39 051 429 83 12

e-mail: info@tanexpo.com

Targi TANEXPO są wiodącym wydarzeniem dla branży funeralnej. Co dwa lata to kluczowe wydarzenie branżowe gromadzi najliczniejsze w Europie grono profesjonalistów z całego świata. Targi TANEXPO 2018 odnotowały obecność 18 700 profesjonalistów z 55 krajów. Ofertę najwyższej jakości produktów funeralnych prezentowało 250 wystawców, zajmując powierzchnię 23 000 m².



www.polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl

POLSKIE STOWARZYSZENIE POGRZEBOWE

ul. Sokołowska 4 | 01-136 Warszawa

tel.: +48 22 834 84 60 | fax: +48 22 412 17 17

e-mail: biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl

Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe powstało w 1998 r. i było odpowiedzią na potrzebę integracji środowiska usług funeralnych. Stowarzyszenie zajmuje się wszelkimi aspektami funkcjonowania cmentarzy i firm pogrzebowych, organizuje szkolenia, opiniuje projekty ustaw i rozporządzeń, na stałe współpracuje z organizacjami samorządowymi oraz wydaje periodyk DF MEMENTO.



TOALETA POŚMIERTNA I TANATOPRAKSA NEKROS

Ireneusz Migdał
Dzierżawice 21 | 66-446 Deszczno
tel. kom.: + 48 607 304 637
e-mail: biuro.szkozenia.nekros@wp.pl

Świadczymy kompleksowe i profesjonalne usługi związane z godnym przygotowaniem zwłok do pochówku. Organizujemy specjalistyczne kursy i szkolenia dla przedsiębiorstw funeralnych działających na terenie całej Polski w zakresie: tanatologii, tanatopraksji, techniki sekcijnej, rekonstrukcji pośmiertnej.



ARTONIS

tel.: +37 2 56467000, +37 2 59814814
e-mail: info@artonis.ee

Artonis od ponad 10 lat zajmuje się dystrybucją wysokiej jakości niedrogich urn kremacyjnych. Działamy w obszarze krajów bałtyckich i Europy Północnej. Naszą dumą są wykonane ręcznie w Indiach mosiężne urny wyróżniające się wzornictwem i wysoką trwałością.

TECHNOLOGIE



www.unison.com.pl

UNISON Sp. z o.o.
ul. Przemysłowa 25 | 83-031 Ciepłowo
tel.: +48 58 692 38 47 | tel. kom.: +48 512 413 642
e-mail: handlowy@unison.com.pl

Specjalizujemy się w produkcji automatów lakierniczych, suszarni oraz całych linii lakierniczych. Opracowaliśmy serie automatów lakierniczych do lakierowania trumien. W ofercie posiadamy trzy różne kompleksowe rozwiązania dla dużych, średnich i małych firm produkujących trumny. Konfiguracja urządzeń oraz linii lakierniczych odbywa się na bazie kilkunastoletnich naszych doświadczeń. Istnieje możliwość wykonania prób lakierowania w naszym laboratorium.



www.beastone.pl

BEA STONE

ul. Michałowskiego 10 | 42-224 Częstochowa
tel. kom.: +48 884 740 240
e-mail: beastone@beastone.pl

W naszej pracowni powstają urny o artystycznym charakterze, wykonane ręcznie wyłącznie z naturalnych minerałów, drewna i metali. Aby dodać ceremonii pogrzebowej bardziej osobistego i emocjonalnego wyrazu, nasi artyści dbają o niepowtarzalne wzornictwo oraz pełne zdobniczych niuansów wykończenie każdej urny.

URNY



www.artfuneral.com

ART FUNERAL ITALY

Caveau Swiss Sagl | Via Biee 49
6984 Pura | Szwajcaria
Osoba do kontaktu: Eva Adam
tel.: +41 79 103 08 64
e-mail: service@artfuneral.com

Włoski producent intarsjowanych urn i trumien najwyższej jakości. Różnorodność wyrafinowanych kształtów, rodzajów drewna użytych w intarsjach, symboli i kolorów pozwala upamiętnić zmarłego w sposób absolutnie wyjątkowy.

BLACHARSTWO ZDOBNICZE

Pracownia Wzornicza inż. Piotr Szmyt
ul. Podgórna 2 m 4b | 61-829 Poznań
tel. kom.: +48 601 823 104
e-mail: urny.szmyt@gmail.com

Zajmuję się projektowaniem i produkcją urn. Oferuję usługi związane z wzornictwem i projektowaniem.


www.cli.net
CROXX LINC INTERNATIONAL | ONYX CRAFTS

79-G Block-2 Pechs | Karachi -75400, Pakistan
tel.: + 92 333 231 4253 | fax: + 92 21 3455 4715
e-mail: onyx.crafts@gmail.com

Onyx Crafts, będący marką firmy CroXx Linc Int., jest znakomitym producentem i eksporterem urn kremacyjnych, dekoracyjnych, grawerowanych, marmurowych wykonanych z onyksu, biodegradowalnych urn wykonanych z piasku i soli. Oferowane produkty są dostępne w różnych wzorach, kształtach, kolorach kamienia, pojemności oraz atrakcyjnych cenach, wykonane zawsze według wysokich standardów estetyki i jakości.


MASTABA | CERAMIKA
www.mastaba.pl
TESSON

ul. Zwolenkiewicza 17 | 62-002 Suchy Las
tel.: +48 61 81 25 900
e-mail: info.mastaba@gmail.com

Producent urn ceramicznych z 35-letnią tradycją. Wizytówką firmy są autorskie projekty urn o unikatowym wzornictwie, do produkcji których użyte są tylko wysokogatunkowe materiały – szkliva, złoto i platyna. Wykonywane w całości ręcznie, z dbałością o środowisko. Powstające w naszej manufakturze urny cieszą się uznaniem w kraju i za granicą.


USŁUGI

www.bongo.com.pl
HABITA SP. Z O.O.

ul. Grunwaldzka 3 | 60-780 Poznań
tel.: +48 601 82 31 04
e-mail: biuro.habita@gmail.com

Oferujemy nowatorskie wzornictwo urn skrzynkowe oraz szmatowe urn ceramiczne według wzorów udostępnionych przez znanego w branży funeralnej projektanta inż. Piotra Szmyta z Poznania. Nowością są urny drewniano-ceramiczne z wizerunkami religijnymi oraz personalizowane urny z gniazdami na blaszane tabliczki do zadruku metodą sublimacji.

BONGO MIĘDZYNARODOWE USŁUGI POGRZEBOWE

tel.: + 48 22 831 00 36, 22 635 21 93, +48 42 630 54 00
fax: +48 22 831 79 96

Najstarsza i najlepiej rozpoznawana polska marka pogrzebowa na arenie międzynarodowej. Jesteśmy członkiem wielu organizacji polskich i międzynarodowych (m.in. FIAT-IFTA, EFFE). Nasz personel jest do Państwa dyspozycji przez 24 h. Wyróżnia nas m.in. szeroka gama nowych karawanów, doświadczenie personelu i odpowiednie zaplecze (chłodnie, sala sekcyjna, krematoria w Łodzi i Krakowie). Jesteśmy rzetelnym partnerem.


www.luminaurn.com
LUMINAURN.COM

Al. Kościuszki 18/20 | 42-200 Częstochowa
tel. kom.: +48 791 222 778
e-mail: lumina@luminaurn.com

LuminaUrn jako pierwsza w Polsce wprowadziła na rynek urny z biotworzyw wykonanych za pomocą technologii formowania wtryskowego. Na drodze rozwoju ostatecznego produktu skierowanego do branży funeralnej, LuminaUrn nieustająco wprowadza kompleksowe i innowacyjne rozwiązania w swoim produkcie.


Funeralia
since 2009

www.facebook.com/oleg.milinski
www.funeralia.org

FUNERALIA OLEG ANTONI MILINSKI
INTERNATIONAL REPATRIATION

Funeralia Poland – tel. kom.: +48 513 123 678
Funeralia Ukraine – tel. kom.: +38 0971 498 785
Funeralia Italy – tel. kom.: +39 3311 094 168
e-mail: funeralia.org@gmail.com

Usługi transportu zmarłych na Ukrainę i Białoruś.



www.orthometals.com

ORTHOMETALS BV

Eekhorstweg 32 | 7942KC Meppel | Holandia
tel.: +31 88 678 46 00
e-mail: contact@orthometals.nl

Jesteśmy niezależną firmą rodzinną z Holandii. Zajmujemy się odzyskiwaniem wszelkich metali pozostałych po procesie kremacji. Posiadając ponad 20-letnie doświadczenie i współpracując z 1250 krematoriami na całym świecie, jesteśmy niekwestionowanym liderem w tym obszarze. Zachęcamy – zacznij z nami odzyskiwać metale!

DIGNITY

ul. Topazowa 7/1 | 30-798 Kraków
tel.: +48 508 154 625 | +48 608 618 636
e-mail: dignitykrakow@gmail.com

DIGNITY oznacza po polsku godność. Nazwa odzwierciedla godne pożegnanie osoby zmarłej, na które składają się jego przebieg, nastrój zadumy, refleksja i zapamiętanie tego wydarzenia na wiele lat. Zastosowanie amerykańskiej windy pogrzebowej Frigid Fluid ułatwia przeprowadzenie uroczystości w godny sposób.



www.rol-invest.pl

ROL INVEST

MASZYNY OGRODNICZE I KOMUNALNE
ul. Krótka 30 | 60-185 Skórzewo
tel.: +48 61 81 43 631
e-mail: info@rol-invest.pl

Autoryzowany diler urządzeń marek KUBOTA i STIHL. Oferujemy traktory kompaktowe z wyposażeniem: szczotki, pługi, koparki, glebogryzarki, przyczepy, a także profesjonalne kosiarki, kosiarki bijakowe, kosy spalinowe, pilarki, dmuchawy do liści, myjki ciśnieniowe. Świadczymy usługi pielęgnacji trawników i boisk oraz usługi odśnieżania.



www.finero.eu

FINERO

Robert Wiśniewski
ul. Cierlicka 11 | 02-495 Warszawa
tel. kom.: +48 668 023 340 | +48 600 944 450
e-mail: info@finero.eu

Zajmujemy się sprzedażą i serwisem wind pogrzebowych. Jesteśmy oficjalnym dystrybutorem urządzeń firmy Frigid. Posiadamy też akcesoria do wind, takie jak różnej długości pasy, kotary wykonane z aksamitu, wytrzymałe pokrowce i ochraniacze oraz kratownicę na wieńce i wiązanki.

WINDY



www.arper.pl

ARPER s.c.

ul. Rudowska 33 | 43-400 Cieszyn
tel.: + 48 33 852 06 78
e-mail: biuro@arper.pl

Produkujemy niezawodne, nierdzewne windy pogrzebowe do trumien, urn, chłódnie, sarkofagi, katafalki, stoły sekcyjne i inne wyposażenie zakładów i prosektoriów. Wykorzystujemy najwyższej jakości komponenty, zwracając szczególną uwagę na detale, szczegóły i trwałość. Zastosowanie odpowiednich materiałów pozwala na uzyskanie niezwykłych rezultatów.

FIRMA USŁUGOWO-HANDLOWA „MAREX”

Paweł Garbiec
ul. Sępoleńska 45 | 77-420 Lipka Krajeńska
tel.: +48 67 266 52 78 | tel. kom.: +48 602 285 859

Firma MAREX od kilku lat produkuje windy pogrzebowe w oparciu o własne pomysły i projekty. Oferuje windy do tradycyjnego pochówku (grawitacyjne i elektryczne) oraz windy do urn (grawitacyjne i elektryczne). Ponadto firma produkuje również szalunki do kopania grobów.



PRODUCENT

NAMIOTÓW POGRZEBOWYCH

KLUCZOWE INFORMACJE

- ▶ aluminiowe stelaże z gwarancją do 5 lat
- ▶ duży wybór rozmiarów
- ▶ bogata paleta kolorów
- ▶ wysokiej jakości materiały
- ▶ złote i srebrne wykończenia
- ▶ dowolne nadruki reklamowe
- ▶ bogata oferta akcesoriów

Tel. +48 32 444 66 16 | www.mitko.pl | kontakt@mitko.pl

MITKO SP. Z O.O.

Osiedle 1 Maja 16G,
44-304 Wodzisław Śląski
NIP: PL6470509572

tel. +48 32 444 66 16
kontakt@mitko.pl
www.mitko.pl



eKlepsydra

elektroniczne powiadomienia pogrzebowe

Nowoczesne rozwiązanie dla branży pogrzebowej



DZIĘKI eKLEPSYDRZE
ZWIĘKSZYSZ DOCHODY
SWOJEJ FIRMY!

więcej informacji na stronie www.eklepsydra.pl
tel.: 505 686 202 e-mail: administrator@eklepsydra.pl