

Ciekawostka

Samochód firmy Namco,
wyprodukowany
w Grecji w latach 70-80.



Historia i ekonomia produkcji samochodów w Grecji i jej wpływ na rynek w Polsce



Wpływ na rynek w Polsce

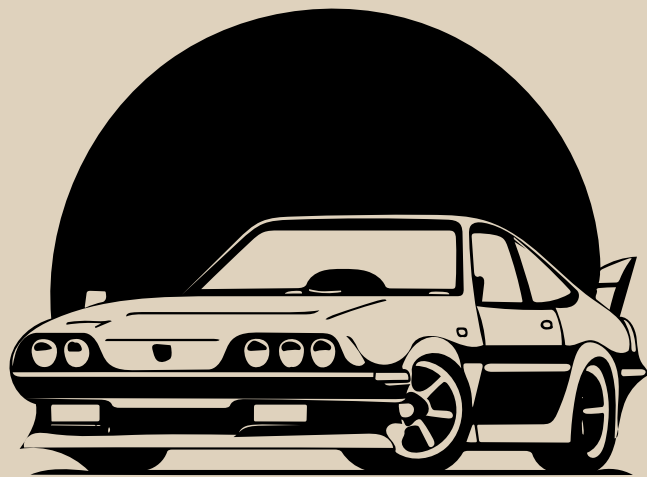
Import samochodów:

Grecja jest stosunkowo
małym rynkiem,
w porównaniu z Polską,
więc liczba samochodów
produkowanych
i eksportowanych do Polski
byłaby prawdopodobnie
niewielka.



Wpływ na wizerunek marki

Jeśli marka samochodu produkowana w Grecji zyskałaby popularność w Polsce, mogłoby to mieć wpływ na postrzeganie greckich produktów motoryzacyjnych i otworzyć drzwi dla innych greckich producentów lub inwestorów na polskim rynku.



Jak promować markę w Polsce vs. w Grecji

W Polsce, skup się na marketingu internetowym, content marketingu, współpracy z influencerami i działaniach PR.

W Grecji, wykorzystaj media społecznościowe, udział w lokalnych wydarzeniach, produkcję treści wideo, współpracę z lokalnymi celebrytami i zoptymalizowaną stronę internetową.

Wykonawcy

Szymon Śmigiel
Wojciech Oczkowski
Maciej Kozdroń
Szymon Połczyński



Konkurencja z importowanymi samochodami

Jeśli jakiegokolwiek greckie samochody byłyby eksportowane do Polski, musiałyby konkurować z już istniejącymi na polskim rynku markami i modelami, zarówno europejskimi, jak i azjatyckimi. Konkurencja w tym sektorze jest wielka.

Fun fact

A Namco car, manufactured in Greece in the 1970s and 1980s.



History and economics of car production in Greece and its impact on the market in Poland



Impact on the market in Poland

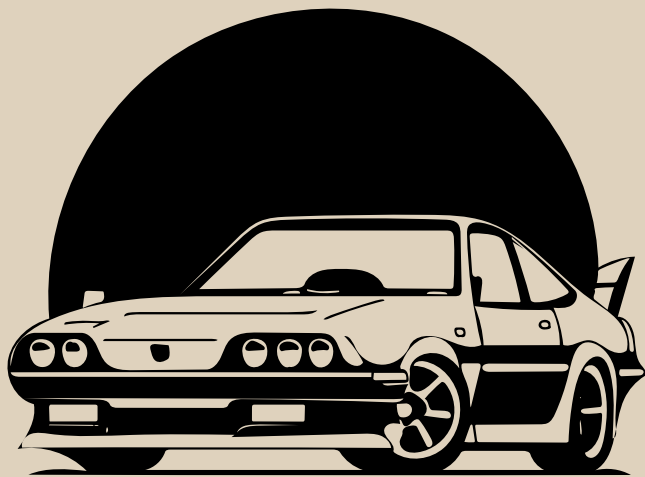
Car import:

Greece is a relatively small market compared to Poland, so the number of cars produced and exported to Poland would probably be small.



Impact on brand image

If a car brand manufactured in Greece gained popularity in Poland, this could influence the perception of Greek automotive products and open the door to other Greek manufacturers or investors on the Polish market.



How to promote a brand in Poland vs. in Greece

In Poland, focus on online marketing, content marketing, cooperation with influencers and PR activities.

In Greece, leverage social media, participation in local events, video content production, collaboration with local celebrities and an optimized website.

Authors

Szymon Śmigiel
Wojciech Oczkowski
Maciej Kozdroń
Szymon Połczyński



Competition with imported cars

If any Greek cars were exported to Poland, they would have to compete with existing European and Asian brands and models on the Polish market. Competition in this sector is big.