

## Lista raportów

### Raporty On Board PR:

- **Cyfrowa rewolucja i koniec abonamentu**
- **Emerytura po polsku**
- **Energetyka:** trudna prywatyzacja
- **Banki:** Kryzys zaufania
- **Pacjent: zwierzę:** Jak mówić o weterynarii
- **Innowacja z Polski:** Wizerunek branż
- **City Brands:** marki 10 największych miast Polski
- **Marka RTV:** Najbardziej innowacyjne marki RTV
- **Marka MVNO: Klient i marka wirtualnego operatora telefonicznego.** Prawie milion Polaków planuje zmienić operatora GSM, ale tylko 20 proc. zna jakiegokolwiek operatora wirtualnego
- **Moda na ekologię: Proekologiczne zachowania Polaków i potencjalna rola kampanii edukacyjnych.** Większość Polaków zgadza się, że potrzeba kampanii promującej sortowanie śmieci
- **Odpowiedzialny biznes:** sceptycyzm: Polacy mają sporo wątpliwości w odniesieniu do dobroczynności firm
- **Stacje Paliw: wygrywa marka.** Polacy nie ufają niezależnym, nie markowym stacjom paliwowym
- **2014: Cyfrowa rewolucja - 77 procent Polaków nie wie o planowanej cyfryzacji mediów.**
- **Marka Budowlana – Jak zdobyć Klienta?** znaczenie marki i zaufanie Polaków do źródeł opinii o materiałach budowlanych
- **Jak zdobyć odbiorcę energii? Wiedza, gotowość do zmian i czynnik atrakcyjności oferty firm energetycznych.** Rynek trzeba edukować – niewiedza odbiorców jako główna bariera liberalizacji rynku energii
- **Polak na wakacjach w UE – oczekiwania i plany.**
- **Urzędnik – oczekiwania i rzeczywistość.** Urzędy Stanu Cywilnego najlepsze. Polacy najwyżej oceniają pracowników Urzędów Stanu Cywilnego i Urzędów Gminy
- **Marka alkoholowa. Wizerunek i konsument.**
- **Jak zdobyć pacjenta?** Płatna i publiczna służba zdrowia oczami Polaków
- **Wizerunek sieci handlowych.** Czy klienci doceniają odpowiedzialność wobec pracowników?
- **Czy ufamy pracodawcom?**
- **Wojna cenowa przewoźników - co na to klient?.** Jak linie lotnicze powinny komunikować się z rynkiem.
- **Ubezpieczyciel - uczciwy i bezpieczny.** Polacy wskazują pożądane cechy idealnego ubezpieczyciela, ale czy są w tym jednomyślni?
- **Jak zdobyć abonenta?** Operatorzy telefoniczni toczą nieustanny bój o klientów. Prześcigają się oferując coraz nowocześniejsze rozwiązania, zachęcając ceną, próbując komunikować się z różnymi grupami społecznymi. Jakie znaczenie ma reputacja operator

- **Banki - zaufanie i komunikacja z klientem.** Strategia komunikacyjna banku powinna uwzględniać postawy Polaków wobec wydarzeń dotyczących instytucji finansowych oraz ich zainteresowanie różnymi wiadomościami.
- **Marka dewelopera i klient.** Firmy deweloperskie powinny uwzględniać w strategii komunikacyjnej znaczenie swojej marki. Wizerunek firmy deweloperskiej ma znaczenie dla większości Polaków.
- **Konsument i media.** Strategia komunikacyjna firmy powinna uwzględniać kluczową rolę, którą w budowaniu postaw i opinii społecznych odgrywają media.