



Katarzyna Pawlikowska

Współzałożycielka Garden of Words, pierwszej w Polsce i jednej z pierwszych na świecie agencji komunikacji marketingowej skierowanej do kobiet, a także współwłaścicielka firmy DF Medica Polska oferującej innowacyjne badania genetyczne i inicjującej współpracę międzynarodową polskich i zagranicznych specjalistów w zakresie np. nutrigenetyki .

Ekspertka w dziedzinie kobiecych motywacji, uwzględniającej kobiece kody komunikacji. Pomysłodawczyni badania „Polki same o sobie”, które pozwoliło na stworzenie współczesnego i możliwie pełnego obrazu Polek na rynku konsumentskim. Autorka pierwszej polskiej publikacji na temat marketingu skierowanego do kobiet *Czujesz? czyli o komunikacji marketingowej i sprzedaży skierowanej do kobiet* (CeDeWu, 2011) oraz licznych publikacji prasowych.

Doświadczona specjalistka w tworzeniu kompleksowych strategii działań komunikacyjnych. Laureatka najważniejszych konkursów PR w Polsce i na świecie. Dwukrotnie zdobyła prestiżowe statuetki International Business Awards „Stevie” (w latach 2011 i 2012 r.) za zrealizowane projekty z zakresu CSR. Trzykrotna jurorka międzynarodowego konkursu Stevie Awards.

Absolwentka Uniwersytetu Jagiellońskiego, wykładowczyni studiów podyplomowych PAN. Swoją wiedzę z zakresu marketingu i komunikacji pogłębiała m.in. we Francji, Holandii, USA i we Włoszech. Przez wiele lat zarządzała marketingiem w polskich i międzynarodowych firmach. Na zaproszenie Onet.biznes od września 2010 roku prowadzi blog na temat marketingu skierowanego do kobiet: <http://pawlikowska.blog.onet.pl/>.

Należy do rady ekspertów THINK TANK oraz zespołu ekspertów projektu Znane Ekspertki. Członek stowarzyszenia Opera Viva. Tłumacz przysięgły języka francuskiego i włoskiego. Zafascynowana operą i filozofią Wschodu.



Dominika Maison

Psycholog, profesor Uniwersytetu Warszawskiego. Prowadzi badania naukowe z zakresu psychologii konsumenta, nieświadomych postaw konsumenckich, postaw i zachowań finansowych oraz marketingu społecznego. Współpracuje naukowo z wieloma uczelniami na świecie, m.in. w USA, Belgii, we Włoszech i w Indonezji.

Od lat łączy pracę naukową z praktyką badań konsumenckich. Założycielka firmy badań marketingowych i społecznych Dom Badawczy Maison specjalizującej się w strategicznych badaniach marketingowych, badaniach konceptów pozycjonowania i komunikacji reklamowej oraz badaniach segmentacyjnych. Badacz i obserwator zjawisk społecznych i przemian zachodzących we współczesnym świecie.

Współpracuje jako ekspert przy tworzeniu wielu strategii marketingowych i kampanii społecznych (m.in. dla Fundacji Kronenberga, NBP, agencji Telescope). Przez wiele lat członek jury Effie – konkursu efektywności reklamy, członek rady programowej Fundacji Komunikacji Społecznej, członek rady ekspertów THINK TANK. Jest zapraszana jako ekspert i komentator do programów radiowych i telewizyjnych.

Autorka i współautorka 11 książek, ponad 60 artykułów naukowych oraz wielu publikacji na temat współczesnych konsumentów, m.in. *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta* (Wydawnictwo Naukowe PWN 2010), *Polak w świecie finansów* (Wydawnictwo Naukowe PWN 2013) oraz *Psychologia konsumenta* (Wydawnictwo Naukowe PWN 2014). Autorka publikacji w międzynarodowych czasopismach i książkach, m.in. współautorka rozdziału w *Handbook of Consumer Psychology* na temat nieświadomych postaw konsumenckich.

Jest zapraszana jako prelegent na polskie i zagraniczne konferencje naukowe i dla praktyków (ponad 100 wystąpień konferencyjnych). W latach 2003–2007 prezes PTBRiO (Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii), obecnie przedstawiciel na Polskę organizacji ESOMAR (European Society for Opinion and Market Research).