

WI

ZAPROSZENIE DO WSPÓŁPRACY

Marketing i komunikacja B2B
to więcej niż kampanie!

WILLS INTEGRATED | PAŹDZIERNIK 2024

Od kontaktu do długofalowej współpracy

Ile razy Państwa współpraca z agencjami marketingowymi kończyła się z powodu niezrozumienia przez nie realiów funkcjonowania rynku business to business? Jeśli zbyt wiele, zapraszamy do kontaktu! Dzięki naszym kompetencjom analitycznym, wieloletniemu doświadczeniu oraz dogłębnej znajomości specyficznych potrzeb Klientów B2B potrafimy nie tylko skutecznie łączyć biznes z biznesem, ale także znacząco zwiększyć szanse na to, aby nawiązana relacja przerodziła się w długofalową współpracę.

Są przynajmniej cztery powody, dla których warto się z nami spotkać:

01

**Działamy według zasady
Bigger Picture Marketing**

Rozumiemy szerszy kontekst, widzimy więcej niż inni i pracujemy w oparciu o wyznaczone cele.

03

**Wielokrotnie przekraczamy
zakładane KPI**

Dzięki temu po zakończeniu projektów nasi Klienci mówią, że są w pozytywnym szoku.

02

**Pracujemy dla dużych
i bardzo dużych marek**

Realizujemy zarówno duże, wielokanałowe projekty, jak też działamy na wybranych obszarach.

04

**Działamy multidyscyplinarnie
i wielokanałowo**

To dlatego z sukcesem realizujemy projekty, których inne agencje się obawiają.

Jesteśmy ekspertami w komunikacji B2B

Zdajemy sobie sprawę z tego, że skuteczna komunikacja uwzględniająca specyfikę Państwa działalności oraz sektora, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo, może być wyzwaniem dla wielu agencji marketingowych. **Ale nie dla Wills Integrated!**

Obszar B2B nie ma przed nami tajemnic

Nasze działania opierają się na dogłębnym zrozumieniu rynku i potrzeb Klienta. Pozwala nam to dostarczać nie tylko skuteczne rozwiązania marketingowe, ale także wartościowe, eksperckie wsparcie komunikacyjne na każdym etapie współpracy z kontrahentami.

Nie boimy się trudnych tematów

Biznes, regulacje prawne, ekonomia, specyfika branży - w naszej pracy podejmujemy się komunikacji skomplikowanych, nieoczywistych oraz złożonych kwestii, w tym tematów głęboko technologicznych.

Mamy dobry track record w branży

Nasz zespół współpracował z czołowymi firmami z sektora, realizując projekty integrujące obszary, takie jak Strategia, Kreacja, Public Relations, Social Media czy Performance.

ZAPRASZAMY DO ZAPOZNANIA SIĘ Z WYBRANYMI CASE'AMI



Medcom liderem technologii SiC

Wyzwanie

Zbudowanie pozycji marki Medcom w dyskursie branżowym i biznesowym jako wiodącej technologicznie firmy na świecie.

Efekty

Medcom w oparciu o nową strategię komunikacji jest pozycjonowany w największych mediach w Polsce.

Zasięg komunikacji został 8-krotnie zwiększony, a firma Medcom jest przedstawiana jako lider światowego rynku w produkcji energooszczędnych napędów opartych na technologii SiC.

Efektom naszych działań była także m.in. konferencja prasowa zorganizowana w zakładzie Medcom przez ówczesnego Ministra Rozwoju, Mateusza Morawieckiego, a także zaproszenie firmy jako przedstawiciela polskiego przemysłu na targi HannoverMesse.



POLSKIE KORZENIE, GLOBALNY ZASIĘG



**WSZYSTKIE NASZE PRODUKTY
POWSTAJĄ W WARSZAWIE,
ALE TRAFIAJĄ NA RYNKI CAŁEGO ŚWIATA.
WSPÓLPRACUJEMY Z PONAD 40
PRODUCENTAMI POJAZDÓW
DLA TRANSPORTU PUBLICZNEGO
NA 6 KONTYMENTACH.**

Medcom liderem technologii SiC



MEDCOM electrify. Medcom napędza energooszczędny transport

Na berlińskich tragach kolejowych InnoTrans można było obejrzeć na ekspozycji taborowej 3 pojazdy z rozwiązaniami Medcomu wykorzystującymi węgiel krzemu. Dzięki tej technologii pojazdy są znacząco oszczędniejsze od poprzednich generacji.

Złożony przez abonentów Politechniki Warszawskiej Medcom jest jednym ze światowych liderów elektrycznych systemów napędowych i doskonale wpisuje się z ofertą w unijną politykę energetyczną. Przewiduje ona, że w roku 2050 Unia Europejska stanie się neutralna klimatycznie, a transport publiczny swołni się od paliw kopalnych i będzie zasilany wyłącznie zieloną energią.

Energooszczędne rozwiązania Medcom już teraz trafiają każdego roku do ponad tysiąca pojazdów funkcjonujących w transporcie publicznym na świecie. Warszawska spółka dostarczyła przez 35 lat minie-

nia układy napędowe i zasilania dla 10 tys. pojazdów używanych w 40 krajach całego świata. Medcom dostarcza układy napędowe nie tylko dla pojazdów szynowych, ale także dla elektrycznych i wodorowych autobusów, w którym to segmencie rynku zdobył 20 proc. udziału w Europie.

Tranzystory z węgla krzemu

Medcom jako jeden z pierwszych producentów na świecie już od wielu lat, w kolejnych produktach wdraża technologię węgla krzemu (SiC). Część z nich polska spółka zaprezentowała na stoisku w



Berlinie. Były to m.in. system napędowy, zasilania i odzysku energii do tramwajów, systemy napędowe do autobusów elektrycznych i wodorowych, stacja ładowania autobusów elektrycznych oraz zasilacze buforowe do różnych pojazdów szynowych. Ważnym uzupełnieniem tegorocznej ekspozycji był także zestaw napędowy do hybrydowych zespołów trakcyjnych oraz tramwajowa przetwornica statyczna.

rów komunikacji publicznej najważniejszą przewagą technologii oferowanej przez warszawskiego producenta jest zmniejszenie zużycia energii elektrycznej przez pojazdy – w granicach od 15 do ponad 20%, w zależności od specyfiki projektu. W sytuacji, w której ceny energii biją na światowych rynkach kolejnych rekordy, są to oszczędności, których nie sposób nie brać pod uwagę.

Berlińska wystawa

Goście targów InnoTrans mogli obejrzeć aż pięć pojazdów wyposażonych w energoelektronikę zaprojektowaną przez warszawskich inżynierów:

- tramwaj Hyundai Rotem dla Warszawy, który zużywa o 30% mniej energii w porównaniu do starszych pojazdów w taborze operatora;
- lokomotywę Dragon 2 produkcji nowosądeckiego Nowagu przeznaczoną do obsługi międzynarodowych przewoźników towarowych;
- wodorowy autobus Solaris Urbino 18 hydrogen, którego premiera miała miejsce przed dwoma tygodniami;
- hybrydowy zespół trakcyjny Impuls z produkcji Ne-

wag, który w prezentowanej wersji jest pierwszym w Europie pojazdem z superkondensatorowym systemem odzysku energii. Zastosowanie takiego rozwiązania pozwala ruszyć ze stacji i rozprędnic pociąg do 50-60 km/h wyłącznie z energii odzyskanej i zmagazynowanej podczas hamowania.

Ekologiczne inwestycje z szybkim zwrotem

W świetle rosnących lawinowo cen energii, polski producent podkreśla konieczność inwestowania w energooszczędne układy i maksymalne odzyskiwanie energii w transporcie publicznym. Zwiększenie sprawności przetwarzania i wielokrotne wykorzystanie odzyskanej energii jest dziś najcyfrowszą możliwą inwestycją pozwalającą na złagodzenie szoku wywołanego rosnącymi kosztami energii. Według prognoz producenta, w 2025 roku urządzenia w technologii SiC będą stanowiły już 50% produkcji Medcomu. /ee



Link do landing page: [KLIKNIJ](#)

Aluprof i globalna komunikacja

Wyzwanie

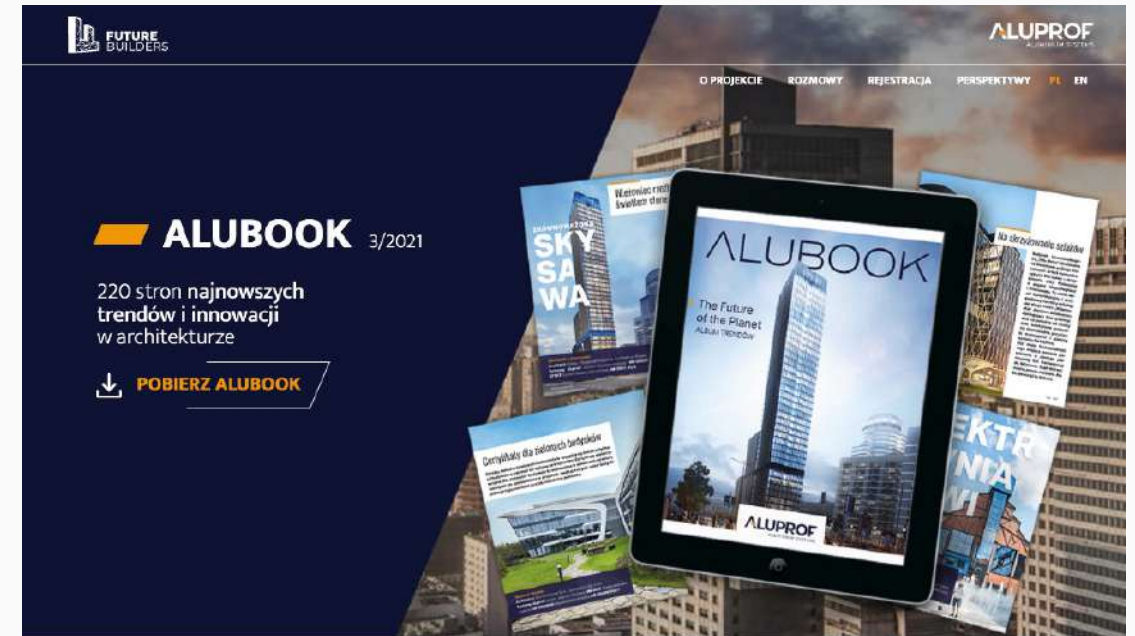
Nadanie nowej energii wizerunkowi firmy będącej jednym z europejskich liderów branży.

Efekty

W 2022 roku **uzyskaliśmy 1 700 bezpłatnych publikacji** w mediach na temat marki, co przełożyło się na dotarcie do 9 milionów odbiorców. Zwiększyliśmy średni zasięg dzienny na Facebooku o 58%, a **zasięg komunikacyjny marki wzrósł o 800%**. Opracowaliśmy też 3 wydania międzynarodowego albumu trendów „Alubook” będącego branżowym punktem odniesienia. W 2021 roku firma wkroczyła również na międzynarodową scenę za sprawą **zainicjowanej i zrealizowanej przez nas akcji „Future Builders”**.



WI



OBEJRZYJ WYWIADY



Aluprof i globalna komunikacja

Tomasz Grela
Prezes Zarządu Aluprof SA



**TWORZYMYP
PRZYSZŁOŚĆ**

Grzegorz Pospolonia: Za ile kosztuje Aluprof i jak to się sprzedaje?
10 lat. Co się zmieniło w tym czasie?
Tomasz Grela: Tak, to zmieniło się już ponad dziesięć lat. Chciałbym nie omijać sprawy czasu – to przede wszystkim jest sprawa jakości. Chciałbym nie omijać sprawy czasu – to przede wszystkim jest sprawa jakości. Chciałbym nie omijać sprawy czasu – to przede wszystkim jest sprawa jakości.

Na co dzień zajmujemy się budownictwem przyszłości.

G.P.: A co się zmieniło w branży?
T.G.: W ciągu ostatnich 10-15 lat produkcja aluminium w Polsce zwiększyła się o ponad milion ton. Odwołując się do branży budowlanej, możemy powiedzieć, że aluminium to materiał budowlany, który jest używany w wielu dziedzinach i podlega ciągłemu rozwojowi. Dzięki wykorzystaniu przy produkcji aluminium możemy osiągnąć 20-krotnie niższe zużycie energii niż w produkcji stalowej.

jest aluminium, nie do końca rozumiejąc, że ono w branży budowlanej ma ogromne znaczenie. Wykorzystanie aluminium stanowi dzisiaj około 10% kosztów budownictwa. Mimo to jest to materiał, który jest używany w wielu dziedzinach i podlega ciągłemu rozwojowi. Dzięki wykorzystaniu przy produkcji aluminium możemy osiągnąć 20-krotnie niższe zużycie energii niż w produkcji stalowej.

WI

POROZMAWIAJMY O PRZYSZŁOŚCI BUDOWNICTWA



SPOTKANIE ONLINE ROBERT KONIECZNY
16.09.2021 www.future-builders.com

FUTURE BUILDERS ALUPROF

POROZMAWIAJMY O PRZYSZŁOŚCI BUDOWNICTWA



SPOTKANIE ONLINE BOGDAN ZAHA
02.09.2021 www.future-builders.com

FUTURE BUILDERS ALUPROF

POROZMAWIAJMY O PRZYSZŁOŚCI BUDOWNICTWA



SPOTKANIE ONLINE ZBIGNIEW MAĆKÓW
07.10.2021 www.future-builders.com

FUTURE BUILDERS ALUPROF

FUTURE BUILDERS

POROZMAWIAJMY O PRZYSZŁOŚCI BUDOWNICTWA

- wywiady z architektami
- artykuły eksperckie
- prestiżowe obiekty



ALUPROF
ALUMINIUM SYSTEMS

Landingpage: [KLIKNIJ](#)
Video: [KLIKNIJ](#)

Pharmalink: budowanie wizerunku w branży

Wyzwanie

Zbudowanie pozycji marki Pharmalink i promocja oferty firmy w branży logistycznej i farmaceutycznej poprzez lokowanie ekspertów firmy w mediach oraz na platformie LinkedIn.

Efekty

Opracowana koncepcja komunikacji zakładała **aktywną współpracę z mediami branżowymi oraz intensywną obecność na profilu LinkedIn.**

Mimo bardzo niskiego budżetu reklamowego i braku relacji z dziennikarzami udało się **kilkukrotnie podnieść zasięg komunikacji** oraz osiągnąć stały comiesięczny poziom dotarcia >150k osób.



Pharmalink: budowanie wizerunku w branży

WI



• TEKST: Michał Kij
• ZDJĘCIE: M. Kij, Krone, Pharmaserv

LOGISTYKA 4.0

LOGISTYKA LEKÓW JAK NA DŁONI

Logistyka farmaceutyczna ma przed sobą dobre lata. Lecz próg wejścia jest wysoki, a postęp techniczny prawdopodobnie jeszcze go podwyższy.



czelna rampa zapewnia lekom ochronę przed wpływami atmosferycznymi podczas rozładunku lub załadunku.

Odpowiednie opakowanie ułatwia utrzymanie dobrych warunków w całym łańcuchu dostaw. Jest wprost przechowywania produktu.



Choć stosunkowo mało leków wymaga głębokiego mrożenia, w magazynach farmaceutycznych z reguły są mroźnie. Posiewa są energochłonne, dopasowując się ich objętość ściśle do potrzeb i wykorzystując ją maksymalnie.

leczniczych, z którymi nie powinien mieć styczności.

Zasady obowiązujące w logistyce farmaceutycznej określają w Europie przewodnik Dobrej Praktyki Dystrybucyjnej (DPD, ang. Good Distribution Practices – GDP). W Polsce wymóg stosowania się do niego nakłada Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2015 r. w sprawie wymagań Dobrej Praktyki Dystrybucyjnej wraz z późniejszymi zmianami. Wynika stąd konieczność wdrożenia systemu zarządzania jakością, prowadzenia dokumentacji każdego produktu, regularnego audytu oraz szkolenia personelu. Dobra Praktyka Dystrybucyjna określa także reguły transportu i magazynowania leków.

Przewodnik jest cenną pomocą w obrocie lekami. Odpowiadają co kilka lat, odpowiada na zmieniające się otoczenie biznesowe. Wyznacza standardy, których przestrzeganie jest podstawą działania wszystkich elementów łańcucha dostaw. Dzięki temu ułatwione jest zdobywanie zaufanych partnerów w ramach outsourcingu, a także bezpieczny handel lekami w internecie.

Pojemnik, a ekonomia

Leki przechowywane są najczęściej w następujących przedziałach temperatury: od 15 do 25°C, od

Pamiętając zasady dotyczące temperatury i wilgotności, operator logistyczny musi spełniać wymagania sanitarne, BHP i przeciwpożarowe. Niezbędne jest zabezpieczenie składowanych produktów przed szkodnikami, np. gryzoniami i insektami. Magazyn leków powinien być też chroniony przed osobami podrozowymi.

Niewłaściwym etapem logistyki farmaceutycznej jest przeładunek. Prosty w rozwiązaniu wydaje się odpowiedni pojemnik. Takie pojemniki, chroniące dodatkowo przed silnymi wstrząsami, stosuje się powszechnie w transporcie lotniczym, co wynika z jego specyfiki. Izolowany termicznie ewentualnie chłodzony pasywnie lub aktywnie pojemnik jest rozwiązaniem skutecznym, ale nie zawsze czasochłonnym. Niekiedy niepotrzebnie zwiększałby objętość i masę opakowania, godząc w wydajność transportu. W przewozach lądowych można przenieść produkt z ładowni pojazdu wprost do odpowiedniej strefy magazynu, np. chłodni lub komory przeładunkowej, zapewniającej prawidłowe warunki do chwili podjęcia ładunku przez inny pojazd.

Warunki przechowywania i przewozu powinny być monitorowane stale i w sposób reprezentatyw-



Piotr Gawle, zastępca dyrektora logistyki w firmie Pharmalink

Logistyka farmaceutyczna stoi przed wyzwaniami dotyczącymi zarówno przestrzegania przepisów i norm, jak i efektywnego zarządzania łańcuchem dostaw, bezpieczeństwa, jakości i kosztami. Farmy farmaceutyczne dążą do optymalizacji łańcucha dostaw, w tym do wyeliminowania nieefektywności i kosztów. Wdrożenie nowoczesnych technologii, takich jak sztuczna inteligencja i automatyzacja, może przyczynić się do zwiększenia efektywności i bezpieczeństwa. Ważnym elementem jest również edukowanie i szkolenie pracowników, jak i inwestowanie w badania i rozwój. Możemy mieć nadzieję, że znaczenie ESG wzrośnie w sektorze Life Science i nauki o życiu, np. biologii, biotechnologii, biomedycynie, genomice, co to z kolei sprzyja nowemu standardowi raportowania ESG. Jest on dużo bardziej szczegółowy i kompleksowy od swojego poprzednika.

Pharmalink Sp. z o. o.
1 411 obserwujących
Treść promowana

Systemy IT w logistyce są zazwyczaj uniwersalne i znajdują zastosowanie w różnych branżach. Natomiast oprogramowania stosowane w farmalogistyce muszą być specjalnie zaprojektowane do obsługi produktów leczniczych, których specyfikacja jest bardzo wymagająca.

Tutaj kluczowa jest **#validacja** systemu, która zdecydowanie odróżnia oprogramowania stworzone z myślą o innych branżach, a przy tym jest ściśle powiązana z GDP (Good Distribution Practice).[®] – podkreśla Wojciech Fuks – menedżer Zespołu Wsparcia i Rozwoju Systemów Informatycznych Pharmalink.

Całość wypowiedzi przeczytajcie w wydaniu 6/2023 magazynu **Media Logistyka - portal, czasopismo, podcast**
bit.ly/it_w_logistyce

#IT #farmacja #logistyka #artykuł #ekspert #farmalogistyka #GDP #WMS #TMS #oprogramowania #produktylecznicze #leki #farmaceutyki

IT w logistyce i farmalogistyce
Tekst: Wojciech Fuks (Pharmalink) dla magazynu Logistyka

Promag w nowym segmencie automatyki

Wyzwanie

Zbudowanie pozycji marki Promag w nowym segmencie automatyzacji logistyki, lokowanie ekspertów firmy w nowych branżach, uruchomienie sprzedaży nowych rozwiązań automatyzacji.

Efekty

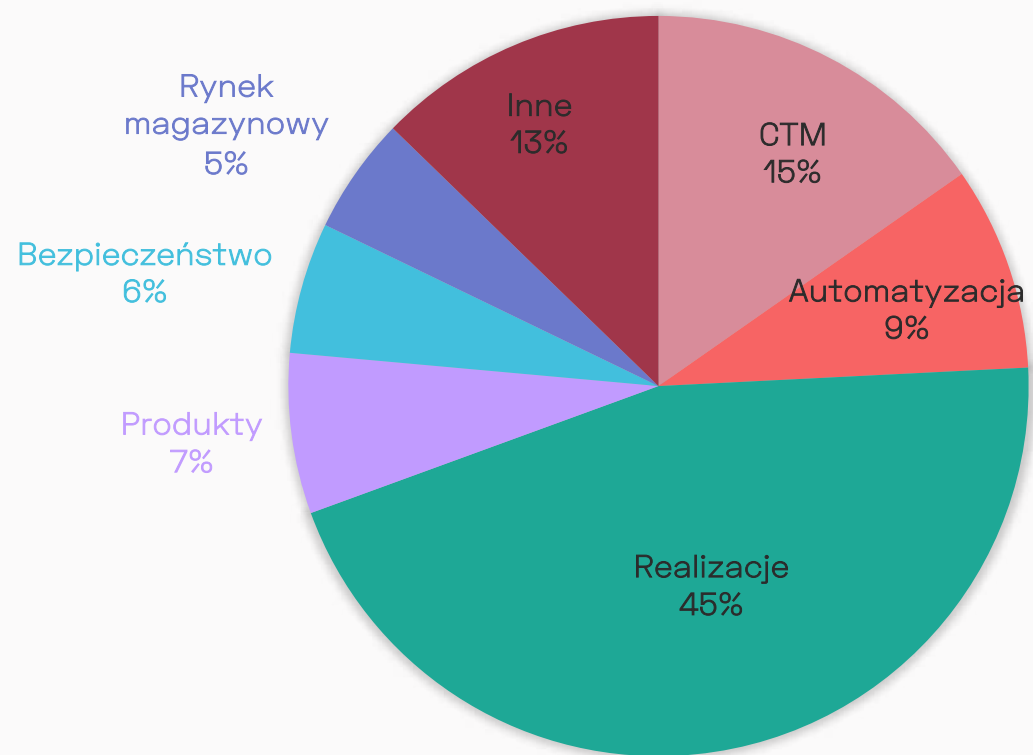
Opracowana koncepcja komunikacji zakładała **aktywną współpracę z mediami branżowymi i opierała się na obecności w branżach klienckich** (np. spożywcza, automobility, etc) kosztem branży logistycznej.

Mimo bardzo niskiego budżetu reklamowego i złych relacji z dziennikarzami udało się **12-sto krotnie podnieść zasięg w mediach** oraz doprowadzić do sytuacji, w której aż 45% informacji medialnych dotyczyło realizacji automatyzacji Promag.



Promag w nowym segmencie automatyki

WI



Urtica: największy dystrybutor leków w Polsce z nową misją i wizją

Wyzwanie

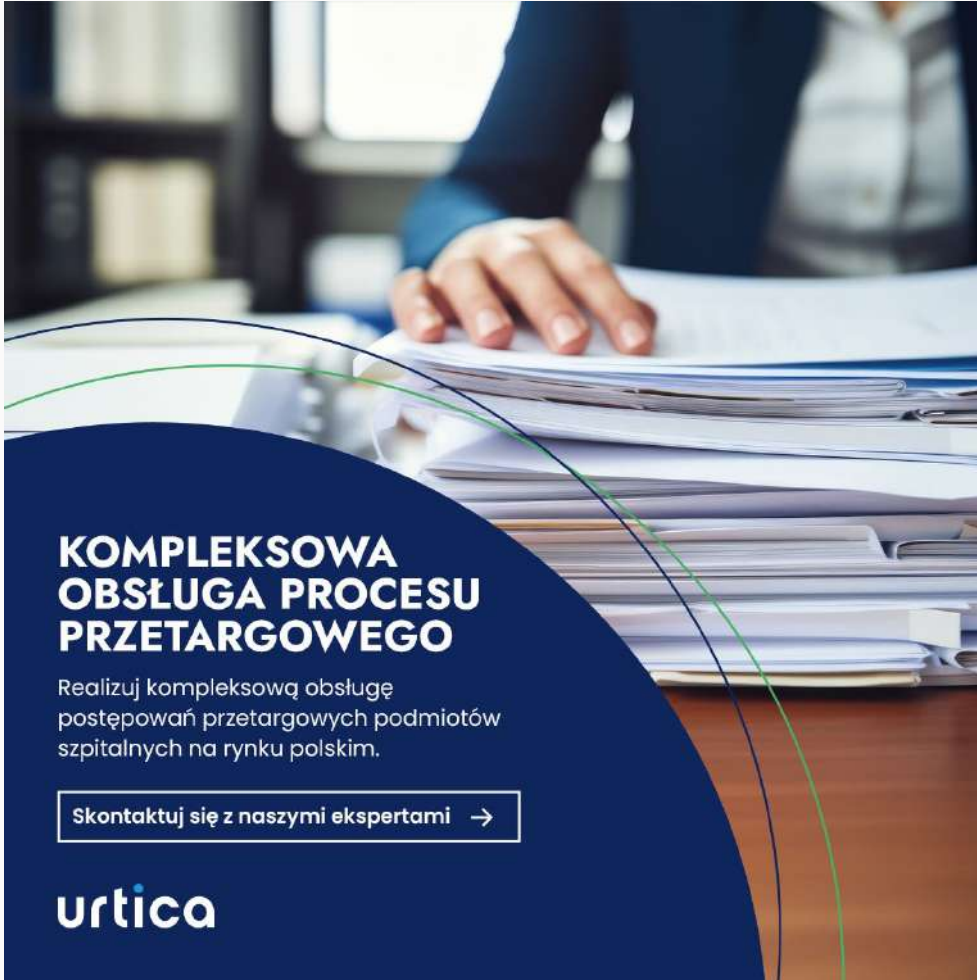
Zbudowanie pozycji marki Urtica i promocja oferty firmy w branży farmaceutycznej poprzez lokowanie ekspertów firmy w mediach oraz na LinkedIn.

Efekty

Opracowana wizja i misja marki Urtica została przełożona na koncepcję komunikacji oraz platformę działań (m.in. na LinkedIn), a także zestaw aktywności dodatkowych.

Zespół odnotował **kilkukrotny wzrost zasięgu komunikacji** oraz osiągnął stały comiesięczny poziom dotarcia do >100k osób w branży.

Public Relations	Performance	Strategy	Creative
Digital	Branding	Design	Integrated



**KOMPLEKSOWA
OBSŁUGA PROCESU
PRZETARGOWEGO**

Realizuj kompleksową obsługę postępowań przetargowych podmiotów szpitalnych na rynku polskim.

Skontaktuj się z naszymi ekspertami →

urtica

Urtica: największy dystrybutor leków w Polsce z nową misją i wizją

LinkedIn- Content

Top posty | Wyświetlenia



8 listopada 2023

👁️ 21 149*
wyświetleń treści



8 października 2023

👁️ 11 319*
wyświetleń treści



6 listopada 2023

👁️ 6 208
wyświetleń treści

Urtica Ltd.
1,795 followers
Emo • Edited • 🌐

Od pierwszego stycznia 2024 r. obowiązują zmiany w refundacji leków. Do wykazu dodano 55 nowych produktów lub nowych wskazań, w tym 10 dla chorób rzadkich. 🇵🇱 ...more

See translation

urtica

Ze względu na rzadkość występowania choroby te stanowią poważne wyzwanie

zarówno dla sektora farmaceutycznego, który pracuje nad rozwojem nowych terapii, jak i ochrony zdrowia, który powinien zapewnić skuteczną diagnostykę chorób rzadkich i dostęp do innowacyjnych leków.

Oleksandr Shtyka
International Cooperation Coordinator,
Key Products Department

Urtica Ltd.
1,795 followers
2mo • 🌐

Nowe spojrzenie na waloryzację kontraktów publicznych! Zapraszamy do lektury najnowszego artykułu **Justyna Dziwalska**, naszej ekspertki ds. zamówień publicznych. Tekst ukazał się na łamach jubileuszowego 60. numeru ...more

See translation

urtica

Obecna sytuacja rynkowa [...] istotnie oddziałuje na opłacalność realizowanych zamówień i może znacząco ograniczać płynność przedsiębiorstw.

W takich okolicznościach prawidłowe kształtowanie oraz stosowanie instrumentów waloryzacyjnych nabiera szczególnego znaczenia i jest niezwykle istotne dla wszystkich uczestników rynku zamówień publicznych [...].

Justyna Dziwalska
starsza specjalistka ds. zamówień publicznych

with Justyna Dziwalska

Selena ESG w TOP3 branży na LinkedIn

Wyzwanie

Pozycjonowanie firmy Selena ESG jako specjalistycznego wykonawcy instalacji fotowoltaicznych na wielkopowierzchniowych dachach płaskich w formule „Zaprojektuj i Wybuduj”.

Efekty

Odróżnienie autorskiego rozwiązania firmy Selena ESG „Kompletny Dach Energetyczny” od oferty firm fotowoltaicznych skupiających się jedynie na projektowaniu i montażu przemysłowych instalacji. Na profilu LinkedIn marki skupiliśmy się na publikowaniu merytorycznych i eksperckich komunikatów. **Dzięki temu uplasowaliśmy markę na 3. miejscu w rankingu najpopularniejszych firm z branży PV na LinkedInie.** W statystykach branży jest pod uwagę publikowany content oraz liczba reakcji pod postami.



Odpowiednia hydroizolacja ma kluczowe znaczenie w przypadku wielkopowierzchniowych dachów płaskich, jakie spotykamy m.in. na centrach handlowych, halach logistycznych czy budynkach biurowych. Nie tylko zabezpiecza dach przed przeciekaniem, ale generuje również oszczędności na energii elektrycznej. Wykorzystywana przez nas technologia COOL-R®, dzięki wysokiemu wskaźnikowi odbicia oraz niskiej akumulacji ciepła w powłoce, pozwala uniknąć efektu przegrzewania się połaci dachowej w sezonie letnim, tym samym skutecznie obniża temperaturę wewnątrz budynku i pozwala ograniczyć nakłady na jego schładzanie.





Roman M. Meysner

Prezes Zarządu oraz Dyrektor Generalny
Selena ESG

Selena ESG w TOP3 branży na LinkedIn

WI



Jakie są rodzaje
instalacji fotowoltaicznych
na dachach płaskich?



Polska w czołówce krajów Unii Europejskiej

pod względem przyrostu nowych mocy PV

1.  NIEMCY 5300 MW	2.  POLSKA 3700 MW	3.  HISZPANIA 3300 MW
--	--	---

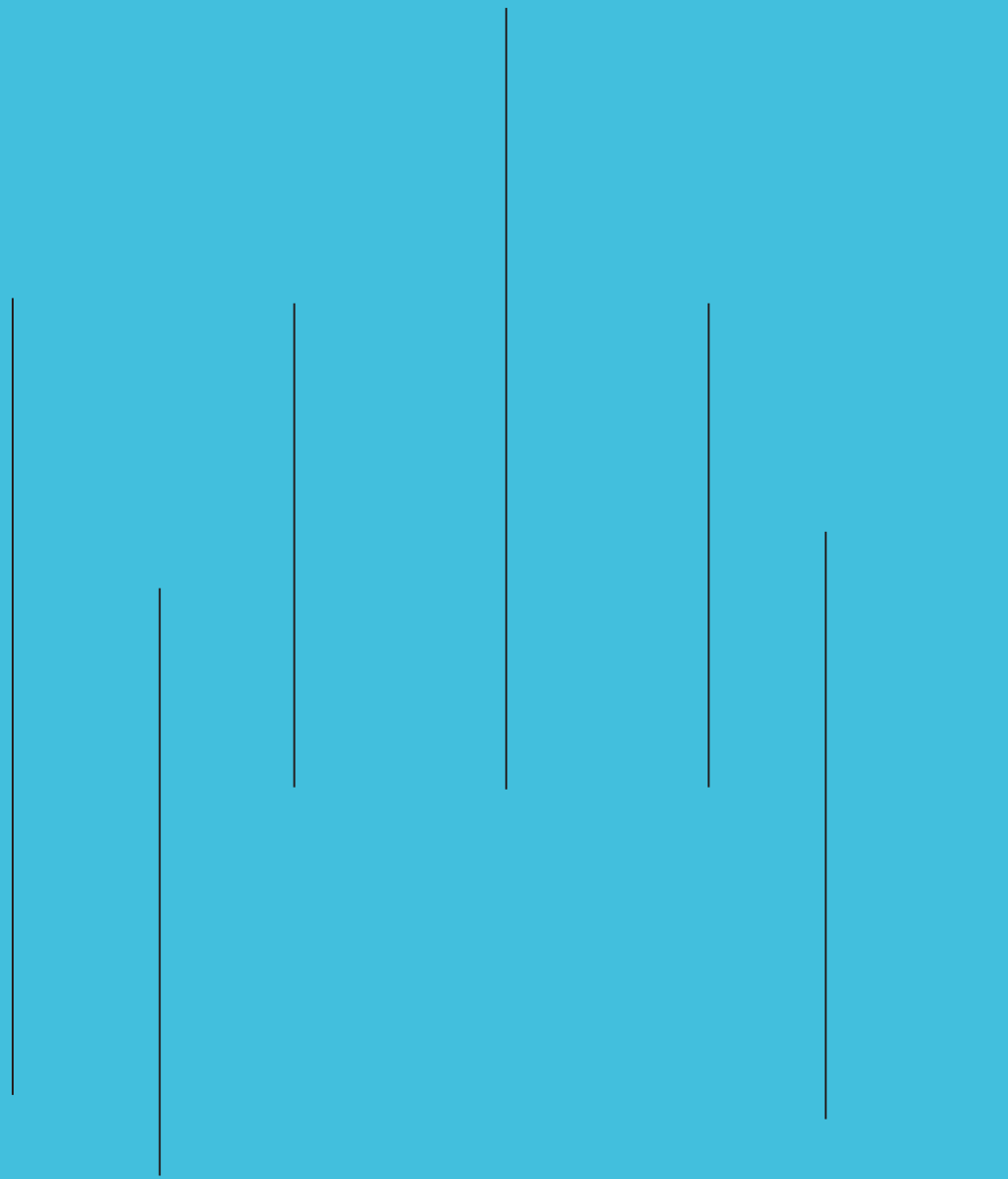
Źródło: Instytut Energetyki Odnawialnej, Rynek Fotowoltaiki w Polsce, 2022



Czy wiesz, że...

istnieje możliwość bezpiecznego montażu modułów PV z wykorzystaniem technologii, która nie obciąża dachu?

Nasze kompetencje



Public Relations i Content Marketing

WI

Albo jesteś tam,
gdzie są Twoi
Klienci, albo
tworzysz miejsce,
które będą chcieli
odwiedzać.

MEDIA RELATIONS

Nawiązujemy relacje z redakcjami tematycznymi i branżowymi, inicjujemy obecność marki w mediach, lokujemy ekspertów, pomagamy w budowaniu pozycji eksperta.

INFLUENCER RELATIONS

Nawiązujemy kontakty z najważniejszymi influencerami, nadzorujemy współpracę, inicjujemy obecność marki w kanałach Partnera.

ZAKUP MEDIÓW

Tworzymy media plan, negocjujemy z redakcjami, optymalizujemy budżet, maksymalizujemy dotarcie, nadzorujemy realizację kampanii w mediach krajowych.

WŁASNY CONTENT

Tworzymy treści przyciągające uwagę i poszukiwane przez odbiorców: infografiki, video-explainery, wpisy blogowe – "content is king"

KONFERENCJE PRASOWE

Organizujemy spotkania prasowe (online i offline), zapraszamy najważniejszych dziennikarzy, zapewniamy kluczowe informacje.

CSR, EB i AKCJE NIESTANDARDOWE

Opracowujemy koncepty działań w ramach CSR i komunikacji wewnętrznej a także działania niestandardowe.

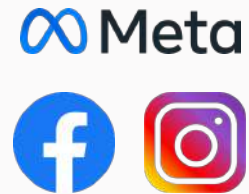
Nasze kompetencje

Social Media Relations

WI

Media społecznościowe to bezpośredni kontakt z odbiorcami i jedno z najlepszych dostępnych narzędzi reklamowych.

PROWADZIMY DZIAŁANIA W:



TWORZENIE TREŚCI

Tworzymy harmonogramy postów, rolki, relacje, video, animacje i zdjęcia. Wszystko to, co sprawia, że marka przyciąga uwagę i może skutecznie funkcjonować w danym medium.

OBSŁUGA REKLAM

Określamy najatrakcyjniejsze grupy docelowe, optymalizujemy budżet i sprawiamy, że reklamy wyświetlają się tam, gdzie powinny. Zwiększamy zasięgi, zaangażowanie i konwersje.

ZARZĄDZANIE SPOŁECZNOŚCIĄ

Nawiażujemy relację z odbiorcami, stymulujemy zaangażowanie, organizujemy i przeprowadzamy aktywacje, moderujemy dyskusję.

Nasze kompetencje

Performance

Świadome wykorzystanie narzędzi Performance może zwielokrotnić skuteczność kampanii.

Zarówno w kwestii zasięgu jak i konwersji na sprzedaż.

REALIZUJEMY KAMPANIE PERFORMANCE W:



PROGRAMMATIC
ADVERTISING

TWORZENIE REKLAM

Tworzymy dostosowane formaty reklamowe: video, bumper ads, display, reklamy elastyczne, karuzele na feed. Opracowujemy koncepcję, projekt master i dostosowujemy formaty.

OBSŁUGA KAMPANII

Optymalizujemy, tworzymy grupy, analizujemy wyniki, maksymalizujemy skuteczność, dopasowujemy narzędzia. Wszystko po to, by współczynniki zwrotu były jak najwyższe.

CONSULTING PERFORMANCE

Doradzamy, analizujemy, konsultujemy. Przeprowadzamy systemowe audyty Performance Media, sugerujemy optymalizacje.

Strategia, Kreacja i Branding

WI

Strategia nie jest czymś, co firma posiada. To coś, co firma wykonuje.

Określamy kierunek działań i nadajemy ramy zwiększające szansę na sukces.

STRATEGIA MARKI

Określamy pozycjonowanie marki na rynku, grupy docelowe, przekładamy cele biznesowe na działania marketingowe, diagnozujemy bariery i proponujemy rozwiązania.

KONCEPCJE KREATYWNE

Opracowujemy koncepcje kreatywne kampanii wizerunkowych. Określamy Big Idea, tworzymy Key Message i Key Visual realizujący cele.

WARSZATY STRATEGICZNE

Prowadzimy warsztaty strategiczne z Klientami z Polski i świata. Pomagamy w wypracowaniu rozwiązań strategicznych i facylitujemy pracę grup warsztatowych.

NAMING

Tworzymy nazwy marek na rynki regionalne i globalne w oparciu o strategię i pozycjonowanie na rynku. Weryfikujemy dostępność nazwy na rynku i jej konotacje językowe.

STRATEGIA KOMUNIKACJI

Tworzymy systemowe strategie komunikacji dla marek B2C i B2B. Określamy kierunek, selekcjonujemy narzędzia, określamy KPI i harmonogram działań.

IDENTYFIKACJE WIZUALNE

Tworzymy Systemy Identyfikacji Wizualnych marek produktów, firm i osób. Określamy język graficzny i tworzymy całościowy Brand Manual.

O WILLS INTEGRATED

Jesteśmy agencją strategiczno-komunikacyjną realizującą projekty i kampanie marketingowe dla Klientów B2C i B2B.

Funkcjonujemy na rynku od 2011 roku i pracujemy z Klientami, którzy rozwijają się z nami od samego początku. Dzięki temu zespół Wills Integrated doskonale rozumie, co znaczy długofalowy rozwój marki oraz konieczność realizowania celów taktycznych.

W ramach Wills Integrated działa ponad 30 managerów i specjalistów z różnych obszarów, m.in. strategii, public relations, content marketingu, digitalu, brandingu oraz designu. Przez lata zbudowaliśmy także silny i efektywny ekosystem partnerów wspierających realizację naszych projektów, dzięki czemu możemy prowadzić naprawdę omnichannelowe kampanie.

Zapraszamy do kontaktu:

www.wills.pl | t.gierwat@wills.pl | +48 533 747 975

Pracowaliśmy m.in. z:

 **GEBERIT**

 **MEDCOM**

 **SHIMANO**

 **SanSwiss**
RONAL GROUP

 **ALUPROF**
ALUMINIUM SYSTEMS

 **PKP INTERCITY**

 **SWISS KRONO**

 **FLORINA**

 **sto**

 **SELENA**
GLOBAL EXPERIENCE

 **MPM**

 **dekoral**

 **pharmalink**

 **SAINT-GOBAIN**

 **Shark NINJA**

 **DREWNO
CHRON**

 **uponor**

 **ANWEN**

Public Relations

Performance

Strategy

Creative

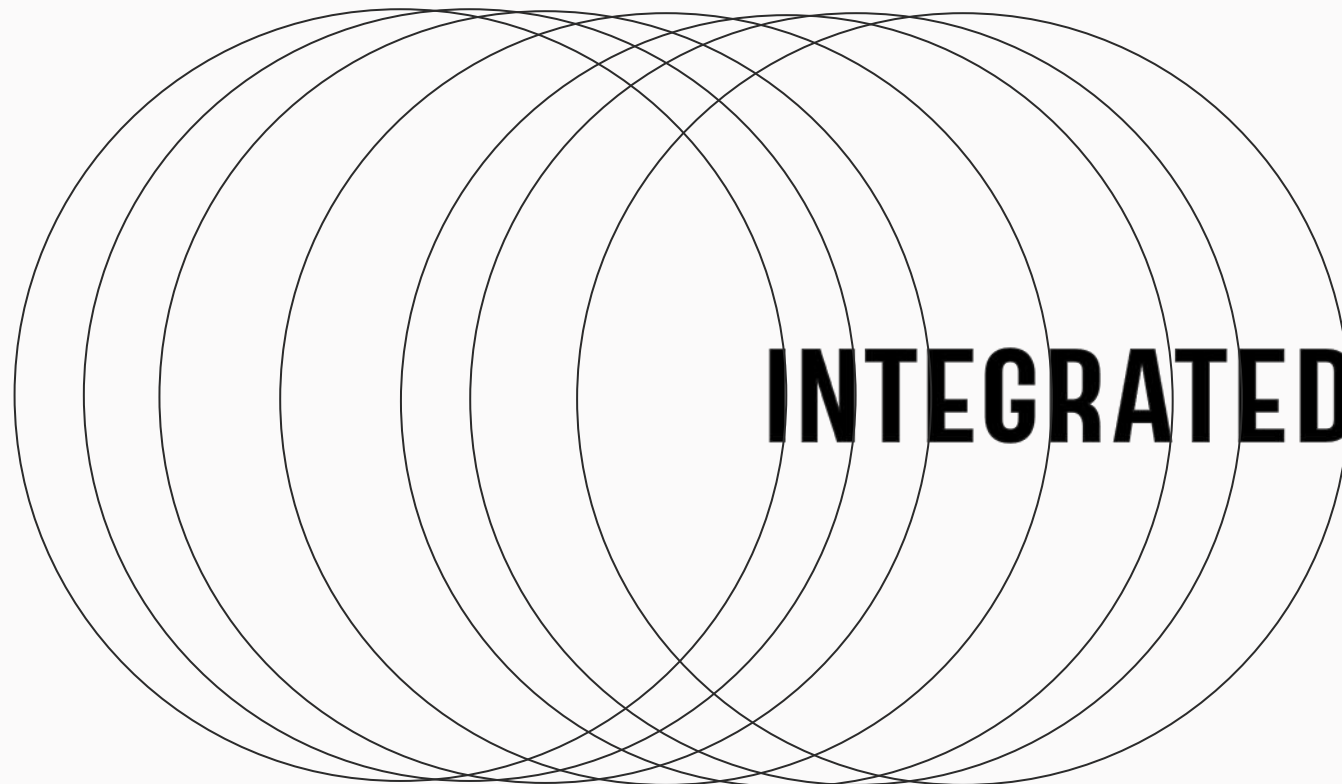
Digital

Branding

Design

Integrated

WILLS



Zajmujemy się marketingiem.
Budujemy wartość.