

# SAATCHI & SAATCHI

Saatchi & Saatchi to jedna z nielicznych marek obecnych na rynku od samego początku rozwoju branży reklamowej w Polsce, jednocześnie przechodząca z powodzeniem przez kolejne etapy jego ewolucji. W swoim DNA łączy kult idei kreatywnej, opartej na dogłębnym zrozumieniu natury ludzkiej, zjawisk społecznych i kultury, oraz wykorzystaniu nowych technologii i danych, aby skutecznie budować siatkę połączeń między marką a konsumentem. Za swoją misję uznaje kreowanie unikatowych i znaczących dla konsumentów doświadczeń z marką.



## Kontekst rynkowy

Żyjemy w czasach ogromnej złożoności, nielinearności i dynamiki zjawisk marketingowych, a postępująca transformacja digitalowa stawia nowe wyzwania, ale stwarza też nowe szanse i możliwości budowania tożsamości marek oraz zarządzania nimi. Jednym z najnowszych wyzwań jest rosnący problem wiarygodności źródeł danych. Duża liczba nieprawdziwych informacji, tzw. fake newsów sprawia, że również w marketingu na znaczeniu zyskuje wiarygodność

i umiejętność budowania przez marki zaufania wśród swoich konsumentów. Kolejnym zjawiskiem jest bardzo duża ilość danych, która rodzi wyzwania związane z umiejętnością ich prawidłowej selekcji, interpretacji oraz odpowiedniego wykorzystania do skutecznej komunikacji marek na całej ścieżce konsumenckiej. Szczególnego znaczenia nabierają dane własne klienta, tzw. 1<sup>st</sup> Party Data, oraz rozwiązania, które pozwalają wspierać procesy decyzyjne konsumentów w sposób przyjazny i dopasowany do ich indywidualnych ocze-

kiwań. Agencja – odpowiadając na potrzeby klientów w tym obszarze – specjalizuje się w szeroko pojętym doradztwie z zakresu strategii daniowych, budowy i optymalizacji rozwiązań komunikacyjnych opartych o insighty wynikające z danych klienta.

## Oferta

Z perspektywy oferty produktów i usług ostatni rok to trzymanie ręki na pulsie w kwestii kierunku marketingowego rozwoju branży. Jednym z kluczowych wątków jest tzw. Brand Purpose i to, na ile marki powinny angażować się w tematy wykraczające poza ich bezpośredni obszar działań, wprowadzając do swojego biznesu zagadnienia odpowiedzialności społecznej. Forum ekonomiczne w Davos w swoim manifestie jasno zakreśliło wyzwania i kierunki zmian: firmy mają dzisiaj być rozliczane nie tylko z zysków, jakie generują dla swoich udziałowców, ale również z wpływu, jaki wywierają na funkcjonowanie społeczeństw. Stąd wprowadzenie do oferty Saatchi & Saatchi produktu Brand Purpose Activator, który pozwala wzbogacić strategię marek o kwestie związane z misją i zaangażowaniem społecznym.

Kolejnym istotnym elementem prac był w 2021 roku produkt Consumer Journey Navigator, który jest autorskim narzędziem agencji do defini-

niowania ścieżek oraz zarządzania doświadczeniem konsumentów na wszystkich etapach tak, aby odpowiadało na ich potrzeby, a także zacieśniało relacje z marką i budowało jej pożądaną wizerunek. Zdaniem agencji w najbliższym czasie powszechny dostęp do innowacji sprawi, że koncentrowanie się na podnoszeniu jakości i atrakcyjności doświadczenia z marką przy jednoczesnym zwiększaniu użyteczności rozwiązań, które proponuje swoim klientom, będzie stanowiło ważny obszar działań marketingowych.

Trzecim kluczowym kierunkiem rozwoju oferty jest budowanie hubu kompetencyjnego wokół Customer Engagementu. W ramach agencji tworzona jest specjalizacja obejmująca wykorzystanie narzędzi Marketing Automation – m.in. Salesforce, budowanie rozwiązań kreatywnych w oparciu o insighty oraz ścieżki konsumenckie bazujące na 1<sup>st</sup> Party Data.

## Osiągnięcia

Agencja od lat znajduje się w czołówce najczęściej nagradzanych w konkursach branżowych – zarówno kreatywnych, jak i efektywnościowych, oraz tych związanych z innowacjami czy przyszłościowymi obszarami kompetencji. Pracownicy firmy aktywnie angażują się w działania na rzecz rozwoju kompetencji, wymiany wiedzy, inspiracji oraz kształtowania najlepszych praktyk branżowych. Są częstymi prelegentami konferencji, zasiadają w gronach jurorskich konkursów branżowych, w zarządzie SAR, radach programowych wydarzeń oraz inicjatyw szkoleniowych. W roku 2021 szczególnie ważne dla agencji były nagrody zdobyte z klientami – E. Wedel, Fundacją Rak'n'Roll oraz Bankiem Pekao S.A. – w konkursach MIXX Awards, Innovation oraz Best of Facebook KTR, potwierdzające jej skuteczność w kreowaniu nowoczesnych i innowacyjnych kampanii. Nagroda zdobyta z Pekao S.A. w konkursie Golden Arrow w kategorii product launch udowadnia efektywność w rozwijaniu biznesu klienta poprzez wchodzenie w nowe kategorie produktowe i segmenty rynku.

## Promocja Marki

W roku 2021 wspólnie z klientami agencja poszukiwała nowych rozwiązań komunikacyjnych, które pozwolą im osiągać sukcesy rynkowe. Razem z Marką OBI



wkreowała nową platformę komunikacji „Zrobisz to z OBI”, wspierającą pozycjonowanie marki jako przyjaznego doradcy w kwestiach związanych z remontem mieszkania. Ponadto, chcąc wzbogacić percepcję marki o nowe skojarzenia, przygotowała kampanię wprowadzającą nowy format „Create by OBI”, który przedstawia OBI od nowej strony, czyli jako miejsce, w którym – dzięki bogatej ofercie – można realizować swoje kreatywne wizje związane z aranżacją przestrzeni domowej. Był to również kolejny rok intensywnej walki konkurencyjnej w kategorii sieci spożywczych. Dla Carrefoura agencja przygotowała platformę komunikacji, która buduje wizerunek marki jako wspierającej wszelką różnorodność. Bazując na podstawowej cesze wyróżniającej Carrefoura na tle głównych konkurentów (Lidl, Biedronka), czyli szerokości oferty,



## TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Londyński oddział Saatchi & Saatchi posiada własny pub o nazwie The Pregnant Man, co jest nawiązaniem do jednej z pierwszych kampanii agencji na temat antykoncepcji wśród nastolatków w Wielkiej Brytanii.

+ 18,7%

– tyle wyniosła dynamika Revenue osiągnięta przez agencję Saatchi & Saatchi w 2021 roku.

przeniosła ten atrybut na wyższy poziom w duchu myślenia Brand Purpose i pokazała, że w Carrefourze każdy znajdzie coś dla siebie, oraz że marka widzi wartość w różnorodności i ceni ją. Znalazło to odzwierciedlenie między innymi w kampanii promującej produkty szkolne „Wszystkie dzieci nasze są”. Od wielu lat jednym z wiodących klientów agencji jest też Visa, którą agencja nieustająco wspiera w ramach usługi Power Of One na rynkach CEE. Efektem tej współpracy i wysokich standardów współpracy jest powierzenie agencji na początku 2022 roku kolejnych 4 rynków w ramach poszerzonego clustra – obecnie Saatchi & Saatchi jest HUBem kreatywnym na 8 rynkach.

## Ostatnie wydarzenia

Dla agencji ważna jest szeroka perspektywa biznesowa, dzięki której ma możliwość wypracowania rozwiązań będących odpowiedzią na złożoność dzisiejszej rzeczywistości marketingowej i zrozumienie pełnego kontekstu funkcjonowania na rynku marek oraz firm z ich wewnętrznymi uwarunkowaniami i narzędziami. Dzięki obecności na najwcześniejszych etapach zarządzania marką, agencja ma możliwość lepszego zrozumienia, a także aktywnego kształtowania jej strategii. W najbliższej przyszłości będzie wdrażać kolejne elementy wizji Peak Performance, w ramach której, obsługując klientów, koncentrować się będzie na łączeniu wielu kropek: procesów, ludzi, przyspieszonego współdziałania – tak, aby wszystko funkcjonowało jak dobrze naoliwiona maszyna.

<http://saatchiis.pl/>

## HISTORIA MARKI

**1970** Bracia Maurice i Charles Saatchi zakładają w Londynie agencję Saatchi & Saatchi.

**1992** Powstaje polski oddział agencji z siedzibą w Warszawie.

**2000** Agencja staje się częścią Publicis Groupe, trzeciej największej sieci reklamowej na świecie z siedzibą w Paryżu we Francji.

**2013** Agencja kupuje w Polsce digitalową agencję Interactive Solutions, wzmocniając ofertę zintegrowanej komunikacji marketingowej zarówno na polskim rynku, jak i w całym regionie EMEA.

**2018** Saatchi & Saatchi zdobywa po raz drugi z rzędu tytuł Agencji Roku w konkursie efektywności marketingowej Effie Awards.

**2019** Saatchi & Saatchi otrzymuje tytuł Agencji Digitalowej Roku, przyznawany przez IAB w ramach konkursu MIXX AWARDS, i utrzymuje pozycję topowej Agencji Effie Awards.

**2020** Agencja pierwszy raz zdobywa tytuł Superbrands Business.

**2021** Saatchi & Saatchi otrzymuje tytuł „Skuteczność roku 2020” wg. PRESS „Panorama reklamy”.