

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

Rynek usług marketingowych jest coraz bardziej rozdrobniony. Funkcjonują na nim zarówno duże podmioty i holdingi reklamowe, jak i małe, wyspecjalizowane firmy o butikowym charakterze. To wszystko za sprawą tego, że żyjemy w czasach ogromnej złożoności, nielinearności i dynamiki zjawisk marketingowych. Dzisiaj nie ma jednej obowiązującej odpowiedzi na to, jak zarządzać biznesem, markami i ich komunikacją. Postępująca transformacja digitalowa stawia nowe wyzwania, ale stwarza też nowe szanse i możliwości budowania tożsamości marek oraz zarządzania nimi.

Jednym z kluczowych zjawisk kształtujących rynek jest ciągła ewolucja modeli konsumpcji mediów. Ogólnie jako odbiorcy konsumujemy coraz więcej treści, często coraz bardziej powierzchownie, równolegle na różnych ekranach. Śledzenie tych zmian jest kluczowe, aby skutecznie zabiegać o uwagę konsumentów. Ostatni rok i czas pandemii przyniosły na przykład zwiększone zapotrzebowanie na rozwiązywanie głosowe i wzrost znacze-

nia tej kategorii w komunikacji międzyludzkiej, zarówno w sferze prywatnej, jak i biznesowej. Równolegle do zmian po stronie zachowań i zwyczajów konsumencjki następuje rozwój nowych kanałów komunikacji, pojawiają się nowe media oraz formaty i funkcjonalności (popularyzacja TikToka, *social commerce*, nieustająco rosnący potencjał gamingu). Kreatywne wykorzystanie nowych technologii takich jak VR, AR czy NFC – technologii umożliwiającej komunikację w bliskim zakresie – pozwala natomiast ubierać przekaz reklamowy w coraz nowsze i bardziej angażujące formy oraz budować spersonalizowaną, kontekstową komunikację.

Oferta

Saatchi & Saatchi od zawsze słynęło z umiejętności opowiadania historii i cały czas pielęgnuje podejście, w którym dużą wagę przywiązuje się do przekazu marki oraz form jego podania. W dzisiejszym scyfrzowanym świecie agencja specjalizuje się w budowaniu transmedialnych narracji (*transmedia storytelling*), które

wykraczają poza stosowanie zróżnicowanych kanałów komunikacji. Przy użyciu różnych platform i mediów angażuje konsumenta, odślaniając kolejne poziomy doświadczenia z marką, które nabudowują historię, jaką chce przekazać, i składają się na unikatową i specyficzną tożsamość marki. W świecie wielu sfragmentaryzowanych doświadczeń Saatchi & Saatchi stawia na całościowe zarządzanie relacją z konsumentem poprzez kreowanie, mierzenie i ciągle ulepszanie *customer experience* marki. Stawia i obsługuje w czasie rzeczywistym złożone ekosystemy aktywowania konsumentów na całej ścieżce *consumer journey* – dla realizacji ściśle określonych celów i z wykorzystaniem wieloźródłowych danych. Projektuje nowe usługi i doświadczenia konsumenckie, aby zapewnić markom adekwatność i wyróżnialność na rynku. Dla swoich klientów jest partnerem biznesowym i konsultantem, który wspólnie z nimi rozwija biznesowo ich marki, produkty i usługi. Działa ramię z klientami, uzupełniając ich perspektywę.

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 i współpracownicy 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.

Promocja Marki

W roku agencja 2020 miała okazję pokazać w działaniu swoje motto: NOTHING IS IMPOSSIBLE, realizując dla XTB tuż po wybuchu pandemii kampanię „Be like José”, która została wdrożona na kilkunastu rynkach i przyniosła spektakularne wyniki biznesowe. Bohaterem komunikacji był José Mourinho – legendarny trener piłkarski.

Dzisiejszy dynamiczny świat stawia wymogi ciągłego uczenia się i oswojania zmian w wielu obszarach. Pracownicy Saatchi & Saatchi lubią pracować multidyscyplinarnie w myśli maksymy ONE TEAM ONE DREAM.

Choć pandemia wpłynęła na zachowania zakupowe, agencja przekonała się, że bycie blisko konsumenta i śledzenie jego potrzeb na każdym etapie *consumer journey* pozwala szybko i na bieżąco adaptować się do zmieniających się warunków i nastrojów konsument-



kich. Obsługując markę Mercedes w modelu opartym na DMP, firma analizuje wieloźródłowe dane oraz bieżący przebieg aktywności różnych segmentów użytkowników. Na tej podstawie przygotowuje treści oraz obsługuje DCO, aby aktywować użytkowników na każdym etapie ścieżki zakupowej.

Agencja rozpoczęła współpracę z marką E. Wedel dzięki wygranej w największym przetargu ubiegłego roku na komunikacyjno-strategiczną obsługę wszystkich marek z wedlowskiego portfolio na rok 2021, czyli rok jubileuszu 170-lecia Wedla.

Marka ceni sobie również współpracę z organizacjami pożytku publicznego. W kampaniach zrealizowanych dla Fundacji Rak'n'Roll zbierała pieniądze na walkę

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

W 2004 Saatchi & Saatchi Worldwide wprowadziła przełomową ideę Lovemarks, która została przez Advertising Age uznana za jedną z dziesięciu idei dekady. Zgodnie z jej koncepcją agencja Saatchi & Saatchi po dziś dzień zmienia marki klientów w lovemarks.

10

To liczba wygranych przetargów biznesowych w pandemicznym 2020 roku.



HISTORIA MARKI

- 1970** Bracia Maurice i Charles Saatchi zakładają agencję Saatchi & Saatchi w Londynie.
- 1992** Powstaje polski oddział agencji z siedzibą w Warszawie.
- 1997** Agencja wkracza w nowy etap swojej działalności, rezygnuje z przymiotnika „reklamowa” w nazwie i staje się Ideas Company.

- 2000** Saatchi & Saatchi staje się częścią Publicis Groupe, trzeciej największej sieci reklamowej na świecie z siedzibą w Paryżu we Francji.
- 2013** Agencja Saatchi & Saatchi w Polsce kupuje digitalową agencję Interactive Solutions, wzmacniając 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

z rakiem, budując aktywacje digitalowe wykorzystujące mechanizmy fundraisingu, współpracę z influencerami i celebrytami. Bohaterem najnowszej odsłony kampanii Rak'n'Roll Music został raper Białas, który stworzył z tej okazji singiel „Tańczymy Rak'n'Roll”. Poza tradycyjnym teledyskiem piosenka miała premierę w formie powszechnie dostępnego filtra AR w mediach społecznościowych, dzięki któremu użytkownik nie tylko słyszał słowa piosenki, ale również widział wokół siebie efekty zachęcające do tańczenia w rytm muzyki.

Ostatnie wydarzenia

Agencja jest zainteresowana szeroką perspektywą biznesową, bo tylko tak może wypracowywać rozwiązania, które w pełni odpowiadają na złożoność dzisiejszej rzeczywistości marketingowej. Stara się zrozumieć szeroki kontekst funkcjonowania marki na rynku oraz firmy z jej wewnętrznymi uwarunkowaniami i narzędziami. Chce być obecna na jak najwcześniejszych etapach zarządzania marką, aby móc lepiej ją rozumieć i aktywnie kształtować jej strategię.

W najbliższej przyszłości będzie wdrażała kolejne elementy wizji *Peak Performance*, w ramach której – obsługując klientów – koncentruje się na łączeniu wielu kropek: procesów i ludzi oraz akcelerowaniu współdziałania, aby wszystko działało jak dobrze naoliwiona maszyna.

www.saatchiis.pl

efektywności marketingowej Effie Awards.

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

2020 Agencja zdobywa tytuł Business Superbrands.

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