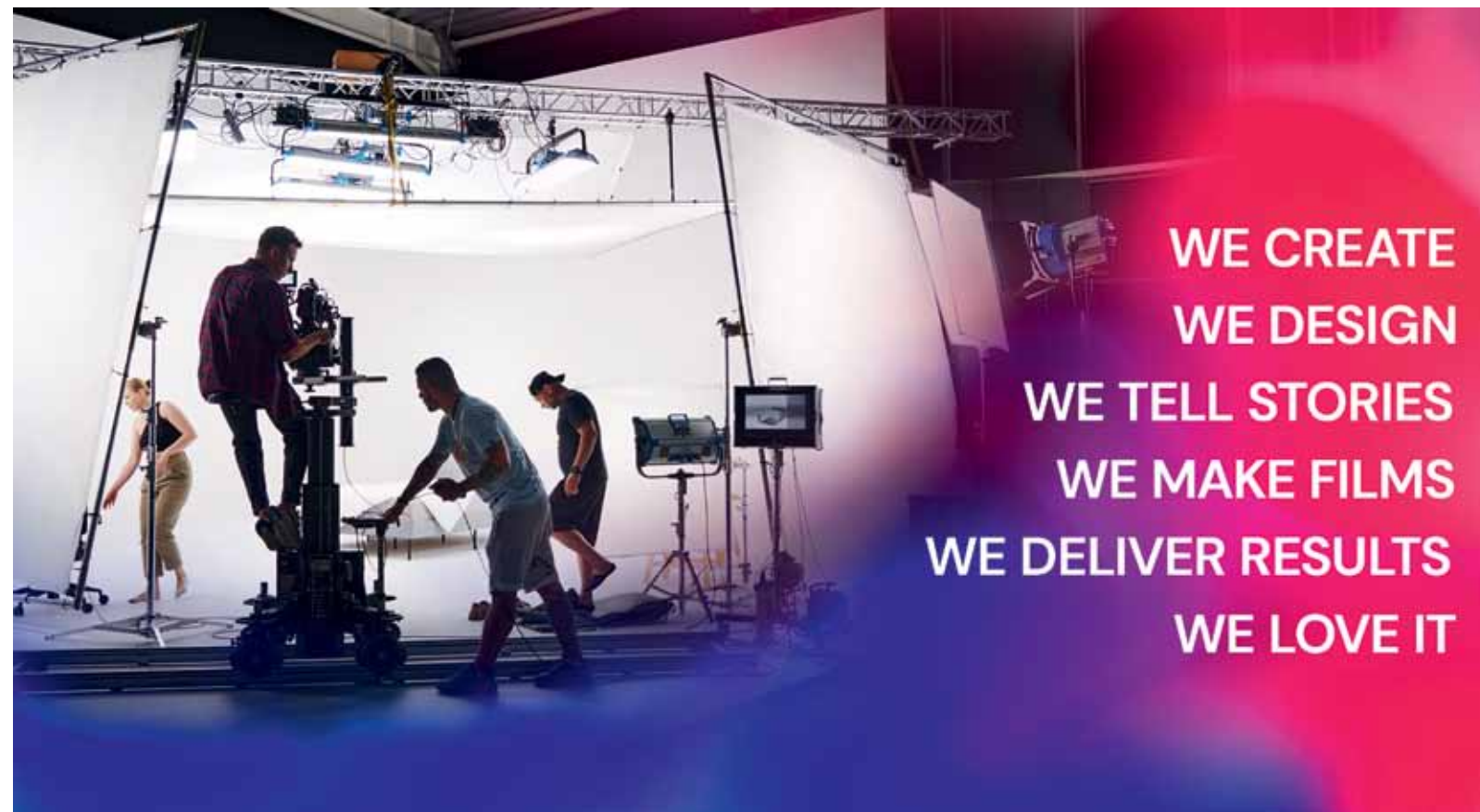


# GPD

GPD to jedna z największych niezależnych polskich firm na rynku komunikacji marketingowej. W swoich strukturach ma agencję reklamową, studio produkcyjne, studio animacji i zespół ds. zakupu mediów, dzięki którym zapewnia markom opiekę *full service* – od pomysłu, przez realizację po emisję kampanii. Proces, zasoby, jakość i tempo – to najważniejsze składniki tego, co GPD nazywa najlepszym serwisem. To właśnie w oparciu o oceny klientów i wyniki biznesowe w 2024 magazyn „Media Marketing Polska” przyznał jej tytuł Agencji Reklamowej Roku.



## Kontekst rynkowy

Dotrzeć do odbiorcy, zostać zauważonym i zapamiętanym – to najważniejsze wyzwania komunikacyjne marek. Umiejętność efektywnego zarządzania informacją i jej dystrybucji z wykorzystaniem wielu kanałów przekazu ma decydujące znaczenie w walce o uwagę konsumenta, jego wybory zakupowe oraz idące za nimi pieniądze. Marka musi szybko reagować i aktywnie dostosowywać komunikaty do potrzeb różnych kanałów dotarcia, jednocześnie zachowując ich spójność. Agencje reklamowe, które znają obowiązujące trendy, potrafią je w atrakcyjny sposób wykorzystać i sprawnie poprowadzić wielokanałową komunikację, są w tym procesie istotnym wsparciem dla marek.

Rynek usług komunikacji marketingowej w Polsce uległ w ostatnich latach znacznemu rozdrobnieniu – obok agencji mediowych, reklamowych, *digital* czy domów produkcyjnych działają butik kreatywne i strategiczne, agencje *social media*, *marketing automation* i wiele in-

nych. Po krótkim okresie fascynacji małymi, wyspecjalizowanymi podmiotami widać jednak odwrót większych, profesjonalnie zarządzanych marek, w kierunku kompleksowego partnerstwa marketingowego opartego na długoterminowej współpracy. W ramach takiego partnerstwa agencje mogą lepiej poznać produkt klienta oraz potrzeby marki, a w rezultacie: efektywniej tworzyć, planować, wdrażać i mierzyć efektywność kampanii reklamowych. Agencje pozyskują klientów w drodze przetargów, często dostarczając prawie gotowy pro-



Promobilet – kampania dla PKP Intercity

dukt kreatywny. Długoterminowa współpraca oznacza „więcej niż jedną kampanię”, a w praktyce przekłada się na okres kooperacji przekraczający 12 miesięcy.

## Oferta

GPD ma wysokie kompetencje w obszarze strategii komunikacji i kreacji oraz zasoby niezbędne do produkcji dużych ilości treści reklamowych, dostosowanych do różnych kanałów komunikacji, a także do zapewnienia jakości, spójności i sprawności organizacyjnej. To pozwala firmie budować prawdziwe partnerstwa w realizacji celów biznesowych marek. Serwis, jaki zapewnia GPD, to kompleksowa oferta, w myśl której agencja opiekuje się marką nawet od początku jej istnienia i dostarcza jej wszystkiego, czego potrzebuje do sprawnego rozwoju i zwiększania udziału w rynku. Składają się na nią analizy strategiczne, strategie komunikacji, analityka kampanii, zakup mediów, koncepcje kreatywne dla kampanii 360°, sesje zdjęciowe, produkcja filmowa, tworzenie animacji,



Kupon za uśmiech – kampania dla marki Rossmann



Lidl Lidl Lidl – kampania dla marki Lidl na rynku czeskim i słowackim



Tu rządzi futrzasta łapa – kampania dla marki PetRepublic

## TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Jeśli zdarzy Ci się zaśpiewać „Jak sobota to tylko do Lidla”, „Masz to w Brico” czy „Malaga, Tiki Taki i Kasztanki”, to... wszystkie te kampanie zostały zrealizowane przez GPD.
- A jeżeli masz na półce którąś z książek kucharskich Lidla (a masz na pewno) – to powstała ona właśnie w GPD.

4

– w tylu lokalizacjach działa GPD. Firma ma swoje oddziały w Poznaniu (centrala), Swadzimiu (Film Studio), Warszawie (biuro) i Barcelonie (oddział Film Studio).



Kampania dla marki Dobry Chrup z portfolio Lorenz

nagrania lektorskie i spoty radiowe, współprace z influencerami, modelowanie 3D czy rendering packshotów. W 2024 roku firma utworzyła jednostkę biznesową, zajmującą się marketingiem zdrowia. GPD Health prowadzi komunikację do pacjenta, lekarzy i farmaceutów oraz osób pracujących w innych zawodach medycznych. Realizuje kompleksowe działania marketingowe w obszarach takich jak branża farmaceutyczna (*pharma*), opieka zdrowotna (*healthcare*) oraz dbanie o zdrowie i dobrostan człowieka (*health, wellness & wellbeing*).

## Osiągnięcia

Agencja sięgnęła w swojej historii po liczne nagrody branżowe – Effie, Golden Arrow, Kreatury czy KTR, a Mariusz Radecki, większościowy współwłaściciel i obecny przewodniczący Rady Nadzorczej, w 2014 roku uzyskał tytuł Ad Mana. Poza tytułem Business Superbrands, otrzymanym w 2023 i 2024 roku, GPD zostało również docenione przez marketingowe media branżowe i uzyskało tytuł Agencji Reklamowej Roku 2024. Nagroda została przyznana w oparciu o wyniki biznesowe GPD oraz oceny, które agencja uzyskała w badaniu satysfakcji

klientów, zrealizowanym przez Kantar na zlecenie redakcji magazynu „Media Marketing Polska”. Przede wszystkim jednak za największy swój sukces (zwłaszcza w odniesieniu do charakterystyki branży) uznaje utrzymywanie długoterminowych kontraktów z markami: Lidl (15 lat), BP (21 lat), Kinderkraft (6 lat) i wieloma innymi.

## Promocja

Aktywność komunikacyjna agencji koncentruje się na tym, co najważniejsze – prezentowaniu swoich kompetencji w oparciu o realizowane dla klientów kampanie. W miksie jej działań komunikacyjnych są również: udział w konkursach branżowych, prowadzenie kanałów *social media* (FB, Instagram, LinkedIn, YouTube), własny podcast „Oh my Ad!” czy *employer branding*. Jako firma przykłada dużą wagę do tego, by działać społecznie odpowiedzialnie. Chętnie bierze udział w akcjach społecznych, środowiskowych czy w obronie praw zwierząt, często pozostając przy tym anonimowa. Ważnymi elementami realizacji strategii CSR były m.in. zrealizowana pro bono kampania 1% dla Hospicjum Paliu oraz kompleksowa obsługa marketingowa corocznej gali or-

ganizowanej przez Fundację Mam Marzenie. Wspierając swoich klientów i partnerów biznesowych na wszystkich etapach promocji marek agencja proponuje im rozwiązania wpisujące się w założenia marketingu zaangażowanego społecznie (*cause related marketing*).

## Ostatnie wydarzenia

Czas w agencji reklamowej odmierza się pozyskaniem klientami i zrealizowanymi dla nich kampaniami. Do grona klientów GPD dołączyła niedawno marka również nagrodzona tytułem Superbrands – Rossmann. Z kolei współpraca z Lidlem to – poza znaną na polskim rynku wojną cenową – kampanie na nowych rynkach: czeskim i słowackim pod hasłem „Lidl Lidl Lidl”. Wśród najgłośniejszych kampanii zrealizowanych w ostatnim czasie przez GPD są także: kolejna edycja akcji „Szkoły pełne talentów” dla Lidl Polska, „Pomagamy jak umiemy” oraz „Kupon za uśmiech” dla Rossmanna, komunikacja re-brandingu firmy Ciech (obecnie Qemetica) czy nowy concept komunikacji dla marek należących do firmy Lorenz.

[www.gpd.com.pl](http://www.gpd.com.pl)

## HISTORIA MARKI

**1991** W Poznaniu powstaje agencja GPD.

**2008** Agencja realizuje kampanię dla BZ WBK z udziałem Leo Beenhakera („Leo, why? For money!”).

**2009** Rusza pierwsza kampania GPD dla Lidl Polska.

**2011** GPD otwiera studio produkcyjne w Swadzimiu pod Poznaniem.

**2013** Powstaje GPD Film Studio w Barcelonie.

**2022** Powstaje dział animacji CGI.

**2023** GPD otrzymuje tytuł Business Superbrands Polska.

**2024** GPD uzyskuje tytuł Agencji Reklamowej Roku i ponownie Business Superbrands Polska.