

GPD

GPD to jedna z największych polskich niezależnych firm na rynku komunikacji marketingowej. W jej strukturach są: agencja reklamowa i mediowa, studio produkcyjne oraz studio animacji. Dzięki takiej konstrukcji zapewnia markom opiekę full service – od pomysłu, przez realizację, po emisję kampanii. Proces, jakość, zasoby i tempo – to składniki tego, co GPD nazywa najlepszym serwisem. GPD to Agencja Reklamowa Roku 2024 według magazynu „Media Marketing Polska”.

35 lat współtworzymy (super) marki.

- Tworzymy je tutaj,
w Polsce.

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 ma decydujące znaczenie w walce o uwagę klienta, jego wybory zakupowe oraz idące za nimi pieniądze. Marka musi szybko reagować, aktywnie dostosowywać komunikaty do potrzeb różnych kanałów i jednocześnie zachowywać ich spójność. Agencje reklamowe, które znają obowiązujące trendy, potrafią je wykorzystać w atrakcyjny sposób i sprawnie prowadzić wielokanałową komunikację, są w tym procesie istotnym wsparciem dla marek. Agencje pozyskują swoich klientów w drodze przetargów, często dostarczając prawie gotowy produkt

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 obszarach strategii komunikacji i kreacji oraz zasoby niezbędne do produkcji dużych ilości materiałów reklamowych, dostosowanych do różnych kanałów komunikacji, a także do zapewnienia jakości, spójności oraz 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, nagrania lektorskie i spoty radiowe, współprace z influencerami, modelowanie 3D czy rendering packshotów. Obecnie GPD wdraża także usługę Ultimate Product Experience, skierowaną do Klientów globalnych.

Osiągnięcia

W swojej historii agencja zdobyła liczne nagrody branżowe – Effie, Golden Arrow, Kreatury czy KTR, z czego w 2024 była nagradzana aż trzykrotnie. Poza tytułem Business Superbrands, otrzymanym w latach 2023-2024, GPD zostało docenione rów-



Orange Polska, 2025, Tak O!



Bricomarche, 2025, Masz to w Brico



Lidl Polska, 2025, Tydzień ryb

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Jeśli zdarza Ci się zaśpiewać „Jak sobota, to tylko do Lidla”, „Masz to w Brico” i „Malaga, Tiki Taki i Kasztanki”, to... wszystkie te kampanie powstały w GPD.
- Jeśli masz na półce dowolną książkę kucharską 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).



Drużyna szpiku, 2025, Jestem w drużynie

niez przez marketingowe media branżowe i uzyskało tytuł Agencji Reklamowej Roku 2024 oraz nagrodę specjalną – Polska Liga Mistrzów – w kolejnej edycji tego raportu. Nagroda ta została przyznana na podstawie wyników biznesowych GPD oraz ocen, 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) GPD uznaje utrzymywanie długoletnich kontraktów z klientami.

Promocja marki

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!”, obecność przedstawicielek i przedstawicieli GDP w gronach jurorskich konkursów branżowych, sponsoring wydarzeń kierowanych do dyrektorów marketingu czy employer branding. GPD przykłada także dużą wagę do tego, by działać społecznie



JBB Baldyga, 2025, Jedź bardziej bosko



Crunchips, 2025, Summer Edition

odpowiedzialnie, m.in. poprzez realizację kampanii pro bono dla Hospicjum Paliu i Drużyny Szpiku czy kompleksową obsługę marketingową corocznej gali organizowanej przez Fundację Mam Marzenie.

Ostatnie wydarzenia

Czas w agencji reklamowej odmierza się pozykanymi klientami i zrealizowanymi dla nich kampaniami. Ostatnie miesiące to przejście obsługi jednego z największych reklamodawców w Polsce – Orange Polska. GPD obsługuje markę w zakresie full service dla wszystkich jej dywizji biznesowych. Pierwszym efektem tej współpracy jest platforma komunikacji „Tak O!”. Do grona klientów dołączyła również marka JBB oraz kolejny Superbrand (obok Rossmanna) – Velvet Care. Współpraca z Lidllem zaowocowała dziesiątkami nowych kampanii (w tym „Zakupy robię w moim Lidlu” z wykorzystaniem coveru utworu „Chalupy Welcome to”). 2024 rok i początek 2025 to także kolejne kampanie dla innych stałych klientów GPD – Crunchips, Łajkonika, Rossmanna, MK Cafe, Łaciatego i wielu innych.

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.

2023 GPD otrzymuje tytuł Business Superbrands.

2024 GPD uzyskuje tytuł Agencji Reklamowej Roku.

2025 GPD wygrywa przetarg na obsługę Orange Polska.