

Nowa grupa firm marketingowych - SYNERGIA

opracował: Opr: J. Krynicki

drukuj w 

Sześć firm, świadczących wyspecjalizowane usługi zintegrowanej komunikacji, powołało do życia Grupę Marketingową Synergia. Stworzenie aliansu jest odpowiedzią na coraz powszechniejsze na polskim rynku zapotrzebowanie na kompleksową obsługę marketingową.



„Dzięki połączeniu dajemy naszym klientom do dyspozycji ofertę w postaci obsługi obejmującej wszystkie obszary komunikacji”
- mówi reprezentujący Grupę Marketingową Synergia Piotr Lutek.

zdjęcie : CORBIS

Stworzenie Grupy Marketingowej Synergia nie jest efektem formalnej fuzji firm - każda z nich zachowa swoją niezależność. Porozumienie jest zatem konsolidacją w zakresie prowadzonych przez firmy – członków grupy działań. Koordynatorem działań grupy jest Piotr Lutek z agencji Martis Lublin - jednego z sześciu członków grupy Synergia.

Jak stwierdza, formuła konfederacji agencji otwiera najszerze możliwości zaoferowania klientom optymalnie dobranej do ich potrzeb palety usług. „Dzięki połączeniu naszej oferty prowadzone na rzecz klienta działania będą efektywniejsze - współpraca rozpocznie się już na etapie planowania strategicznego i obejmie wszystkie kolejne stadia.

„Spójność działań jest bardzo ważna - pozwoli dojść do zamierzonego celu jedną drogą”
- mówi Piotr Lutek. Wchodzące w skład grupy Synergia firmy mają wieloletnie doświadczenie na rynku.

Każda z nich specjalizuje się w określonych dziedzinach, a są to:

- Badania marketingowe
- Public Relations
- Przygotowanie kampanii reklamowej
- Programy lojalnościowe
- Strategiczne planowanie i zakup mediów
- Implementacja rozwiązań IT (w tym internetowych)
- Organizacja wydarzeń specjalnych
- Produkcja artykułów reklamowych

Wszystkie te usługi są teraz dostępne w zintegrowanej ofercie Grupy Marketingowej Synergia. Ponieważ zakres usług oferowanych przez poszczególne firmy jest komplementarny, grupa może zaproponować swoim klientom optymalnie wypracowany pakiet usług komunikacyjnych.

Potencjał Grupy Marketingowej Synergia pozwala jej na zaplanowanie i przeprowadzenie

szeroko zakrojonych i spójnych działań.

Co zyskują klienci? „Przede wszystkim jednolitość: teraz wszystkie firmy-członkowie grupy razem pracują dla osiągnięcia wyznaczonego celu. Następuje jasny podział zadań - każda z firm realizuje ten etap, który zawiera działania z jej obszaru specjalizacji.

Jednak dzięki temu, że działania zostają zaplanowane wspólnie, wszystko jest realizowane efektywniej” – mówi dr Adam Czarnecki, reprezentujący instytut badań marketingowych ARC Rynek i Opinia, podkreślając jednocześnie, że dzięki integracji wzrasta również sprawność obsługi.

„W dzisiejszym świecie, gdzie realia zmieniają się błyskawicznie, sukces osiągają te firmy, które reagują na zmiany szybko. Z naszą koncepcją obsługi marketingowej gwarantujemy najszybsze wypracowanie i realizację optymalnych rozwiązań”.

Julita Dąbrowska, reprezentująca agencję Public Relations Kalitero, wyjaśnia obrazowo praktyczne korzyści wynikające ze zintegrowania oferty firm-członków Grupy Marketingowej Synergia: „Można je porównać do stworzenia jednolitego języka porozumiewania się pomiędzy obsługiwaną przez nas firmą a jej klientami. Oferujemy pełen wachlarz narzędzi komunikacyjnych, jednak dzięki temu, że działania będą prowadzone według wspólnie wypracowanej strategii, nasi klienci otrzymają możliwość komunikowania się ze swoim otoczeniem jednolitym kodem przekazu marketingowego.”

Dlaczego nie nastąpiło formalne połączenie firm? „Przeprowadzenie fuzji prawnej łączącej kilka firm w jeden swoisty kombinat nie jest tym, czego oczekują nasi klienci. Oni chcą wiedzieć, że mają do czynienia z grupą wyspecjalizowanych firm, z których każda może autonomicznie zaoferować te usługi, w których jest ekspertem” - mówi Marta Kownacka z agencji Kalitero.

Jednak, dzięki połączonemu potencjałowi firm tworzących grupę, Synergia może zaoferować kilka rodzajów usług komunikacyjnych jednocześnie, a przede wszystkim ich zintegrowany pakiet. „Dzięki komplementarności oferty poszczególnych członków Grupy Marketingowej Synergia możemy efektywnie przeprowadzić klienta przez wszystkie etapy działań marketingowych” - dodaje Arkadiusz Artemjew, prezes agencji Martis.

Wyjaśnia również, że integracja już na poziomie planowania strategicznego owocuje wypracowaniem całościowej koncepcji działań.

„Nazwa grupy - Synergia - najtrafniej wyjaśnia naszą intencję. Synergia to efekt wzmocnienia efektu prowadzonych działań w skutek ich połączenia. Używając metafory można ująć to tak: suma 1+1, a właściwie sześciu jedynek - bo tyle firm należy do Grupy Marketingowej Synergia - daje znacznie większy wynik, niż wskazywałaby arytmetyka. I tak właśnie będziemy działać” – podsumowuje Grzegorz Jarosz, zastępca dyrektora generalnego domu mediowego Euromedia.