



360° of creative solutions



NEWSLETTER

Pełka Creatives w nowej odsłonie

Z początkiem czerwca Agencja Elżbieta Pełka Creative Services całkowicie odświeżyła swój wizerunek. W związku z dynamicznym rozwojem szczególnie w sektorze PR, Agencja zdecydowała się na kompleksową zmianę identyfikacji wizualnej. Gruntownej zmianie uległa strona internetowa, oraz wszelkie dokumenty firmowe.

Dotychczasowe logo, czyli dwóch bokserów, powiązane było z takimi wartościami jak walka, odwaga, czy fair play. Nowa wizualizacja przedstawiająca złotą rybkę ma oddawać zmianę akcentu w wartościach Agencji: kreatywność zespołu i dynamiczne dostosowanie do potrzeb klientów. Wizję tę wzbogaca hasło „Spełniamy więcej niż trzy życzenia”.

- Wraz z dyrektorem kreatywnym, Tomaszem Feligą, uznaliśmy, że najwyższy czas na odświeżenie oraz ocieplenie naszego dotychczasowego wizerunku - mówi Elżbieta Pełka, prezes Agencji. Wiadomo, że w wielu kulturach złota rybka jest symbolem szczęścia i pomyślności - nam szczególnie zależało, by podkreślić, że nasze usługi idealnie wychodzą naprzeciw potrzebom naszych Klientów.

Projektując nowy serwis internetowy, skupiono się przede wszystkim na przejrzystości i funkcjonalności. Przygotowanie nowej strony agencji zlecono firmie multimedialnej OS3.

Znamy już laureatów konkursu Polish National Sales Awards

W piątek, 19 czerwca 2009 r. w warszawskim hotelu Hilton odbyła się wielka Gala pierwszej edycji konkursu Polish National Sales Awards - Profesjonalny Sprzedawca Roku 2008. Długo oczekiwana uroczystość, podczas której nagrodzono najlepszych sprzedawców w Polsce, okazała się wielkim sukcesem.

Zaplanowaną na 400 gości uroczystość otworzył Ambasador Wielkiej Brytanii w Polsce, HE Ric Todd, a swoje merytoryczne wystąpienia zaprezentowali m.in. twórcy Polish National Sales Awards - Elżbieta Pełka i Grzegorz Kiszluk, Don Hales, założyciel brytyjskiego National Sales Awards oraz członkowie Kapituły PNSA i Komisji Sędziowskiej PNSA. Laureaci odebrali nagrody i wyróżnienia w 10 kategoriach:

- Menedżer sprzedaży roku
- Zespół sprzedaży roku
- Trener sprzedaży roku
- Lider sprzedaży roku
- Sprzedawca roku
- Innowacje w dziedzinie sprzedaży
- Debiut roku w sprzedaży
- Sprzedawca roku - sprzedaż bezpośrednia
- Lider w wykorzystaniu środków unijnych (dotyczy struktur samorządowych)
- Najbardziej innowacyjne przedsięwzięcie Roku (dotyczy struktur samorządowych).

„Ogromnie się cieszę, że przedsięwzięcie spotkało się z tak wielkim uznaniem w branży. Dzięki temu możemy dzielić się doświadczeniami, nagradzać najlepsze praktyki, a przede wszystkim przyczynić się do podnoszenia rangi zarobku profesjonalnego sprzedawcy w gospodarce” - powiedziała Elżbieta Pełka, prezes Polish National Sales Awards.

Więcej informacji na stronie: www.pnsa.pl.

Polityka Pełka Creatives

Pełka Creatives jest pasją i wyzwaniem, które podjęliśmy w 2001 roku. Od tego czasu stale zwiększamy swoje możliwości, doświadczenia i obroty. Cechuje nas otwartość na ludzi, nieustająca konieczność uczenia się, determinacja, poświęcenie i oczywiście odrobina szczęścia.

Specjalizujemy się w kompleksowej obsłudze firm i marek w oparciu o komunikację 360 stopni. W naszych działaniach kładziemy nacisk na integrację pełnego zakresu usług komunikacyjnych, ze szczególnym naciskiem na rozwój klasycznych działań ATL i BTL, działań B2B, budowania strategii i koncepcji marketingowych, marketingu bezpośredniego, kampanii

Narzędzia BBN

Brand Asset Management - BAM

Model budowania wartościowych marek BBN Brand Asset Management jest narzędziem stosowanym w procesie opracowywania strategii marki oraz jej komunikacji. Na model ten składają się takie elementy jak:

- podróż marki
- mapa tożsamości marki
- poglądy marki.

Dokładne przejście przez każdy etap pozwala na analizę obecnej pozycji firmy oraz jej otoczenia, ustalenie pożądanej przyszłej tożsamości marki oraz wypracowanie dla niej optymalnej strategii.

Brand Portfolio Strategy - BPS

interaktywnych oraz Public Relations. Dążymy do tego, by zawsze realizować ciekawe projekty, co przekłada się na sukces firmy.

Nasz atut to także know-how, który czerpiemy od międzynarodowej sieci do której należymy BBN - The Business Branding Network - numer 1 na świecie w działaniach B2B. Przy każdym projekcie prowadzimy badania pozwalające naszym klientom B2B na optymalizację ich biznesu. Prowadzimy dialog z klientem i jego otoczeniem, aby tym samym spełnić jego indywidualne potrzeby.

Agencja angażuje się również w działania pozamarketingowe. Współpracuje z organizacjami non-profit biorąc udział w programach takich, jak np. Ciężki Manager. Stale podnosimy standardy pracy współpracując m.in. z brytyjską organizacją Marketing & Sales Standards Setting Body.

BBN Brand Portfolio Strategy jest elementem narzędzia BAM, który pomaga zarządzać kompleksowym portfelem wyzwań i możliwości marki. Daj możliwość rozwoju marki korporacyjnej względem marki produktu i odwrotnie. Model ten zawiera następujące elementy:

- obecna struktura
- eksploracja możliwości
- przyszła strategia
- wprowadzenie
- zasady zarządzania i kontroli
- efektywność strategii

Contact Strategy

BBN Contact Strategy jest narzędziem strategicznym, mającym na celu osiągnięcie przez firmy swoich aspiracji dotyczących marki, a także poprawienie efektywności działań marketingowych. Na Contact Strategy składają się z następujące fazy:

- Market Intelligence
- Market Opportunity
- Relationship planning

Aktualności

Spotkanie zarządów członków BBN w Pradze

W dniach 13 - 15 maja 2009 roku w Pradze odbyło się spotkanie zarządu oraz szefów wszystkich 26 agencji, wchodzących w skład międzynarodowej sieci BBN The Business Branding Network. W trakcie spotkania nakreślono strategiczne kierunki oraz szczegółowy plan rozwoju sieci do roku 2013. Sieć BBN The Business Branding Network jest numerem jeden na świecie w zakresie obsługi firm w kontekście działań B2B. BBN dysponuje narzędziami strategicznymi, których zastosowanie wspiera i rozwija biznes klientów. Narzędzia zostały stworzone przez pracowników BBN The Business Branding Network na potrzeby sieci. Szefowie wybranych agencji zaprezentowali również stworzone przez własne biura narzędzia o charakterze new business, które powodują zwiększenie konkurencyjności rynkowej lokalnie. Narzędzie zaprezentowane przez PEŁKA CREATIVES zostanie wdrożone przez sieć jako narzędzie korporacyjne z rekomendacją do wykorzystania we wszystkich krajach.

Hero Baby nowym Klientem Pełka PR

Pełka PR wspiera wprowadzenie na rynek nowej serii produktów dla dzieci i niemowląt Hero Baby. Dział jest odpowiedzialny za całościową obsługę PR produktów. Strategia komunikacji ma na celu zbudowanie atrybutów marki Hero Baby i zaistnienie w świadomości grup docelowych. Hero Baby to marka szwajcarskiego koncernu Hero, międzynarodowego producenta żywności. Hero jest również właścicielem marek takich jak Corny, Schwartau. Klient już wcześniej był obsługiwany przez Agencję w zakresie działań reklamowych.

Agencja Pełka Creatives przygotowała akcję dystrybucji ulotek dla Commercial Union Direct - grupa Aviva.

Agencja opracowała kreację materiałów promocyjnych, a także zajęła się dystrybucją ulotek w 10 miastach Polski takich jak Częstochowa, Gdynia, Zabrze, Olsztyn, Zielona Góra, Sosnowiec, Opole, Kalisz, Białystok, Rzeszów. Celem akcji było poinformowanie kierowców o korzyściach jakie daje ubezpieczenie samochodowe Commercial Union Direct.

Neste rozszerza współpracę o działania PR

W styczniu bieżącego roku firma NESTE rozszerzyła swą 3-letnią współpracę z Agencją Elżbieta Pełka Creative Services o działania public relations. Komunikacją marki z otoczeniem zajmuje się PEŁKA PR. „Chcemy budować świadomość i wizerunek naszej marki nie tylko poprzez działania stricte marketingowe, ale także poprzez stałą komunikację naszej firmy z otoczeniem. Dzięki działaniom public relations lepiej rozpoznamy potrzeby naszych Klientów” - powiedział Paweł Sitarski, District Manager, NESTEOIL Polska.

Mistrzostwa świata w Monopoli 2009 Polska

W pierwszym kwartale bieżącego roku Pełka PR po raz kolejny zrealizowała międzynarodowy projekt dla firmy HASBRO. Jej zadaniem było zorganizowanie i nagłośnienie krajowego szczebla Mistrzostw świata w MONOPOLY 2009. Projekt spotkał się z olbrzymim entuzjazmem zarówno uczestników jak i mediów.

BPCC o partnerstwie publiczno - prywatnym

W ramach obsługi PR dla Brytyjsko-Polskiej Izby Handlowej agencja pomogła nawiązać kontakt z marszałkiem województwa mazowieckiego, Adamem Struzikiem i wsparła BPCC przy organizowaniu szkolenia dla dyrektorów jednostek samorządowych i burmistrzów gmin. Tematem spotkania było partnerstwo publiczno-prywatne w dwóch kluczowych dla jego rozwoju obszarach - opiece zdrowotnej (w szczególności świadczenia szpitalne) i przemyśle kolejowym. Bardzo cenne okazało się przede wszystkim brytyjskie doświadczenie, jako że Wielka Brytania jest światowym liderem realizacji projektów w omawianym sektorze, a także ojczyzną rozwiązań PPP. „Jesteśmy niezwykle dumni, że to właśnie nam Urząd Marszałkowski powierzył przeprowadzenie takiego szkolenia. Jeżeli Polska chce modernizować swoją infrastrukturę bez zwiększania poziomu długu publicznego, projekty oparte na partnerstwie publiczno-prywatnym są optymalnym rozwiązaniem.” - powiedział Michał Dembiński, Dyrektor ds. Strategii Brytyjsko - Polskiej Izby Handlowej.

360° of creative solutions