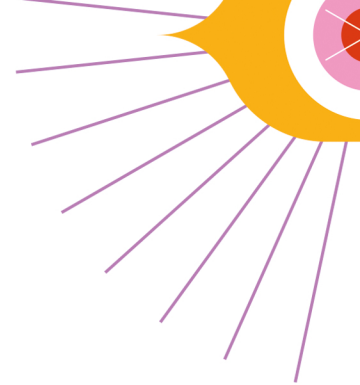
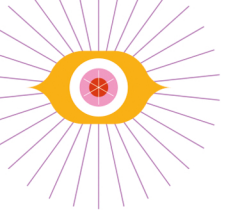




wyróżnienie

Smolar

NIEUSTANNY ROZWÓJ

Już w ubiegłym roku zwróciliśmy uwagę na agencję Smolar, teraz dajemy jej wyróżnienie. To niekwestionowany lider w zakresie akcji promocyjnych, loterii i programów lojalnościowych. Agencja z ponad 50 mln zł obrotów to największy podmiot tego typu, realizuje wiele akcji dla różnych marek i kategorii, chociaż głównie dla sektora FMCG. Z usług Smolara korzystają niemal wszyscy giganci sektora dóbr szybkozbywalnych, m.in. Unilever, Henkel, Grupa Żywiec, Maspex, Danone czy Carlsberg.

W pandemicznym roku Smolar utrzymał poziom obrotów (porównując dane z poprzedniego raportu), co można zaliczyć na plus. Ale najważniejszy powód tego wyróżnienia to rozwój oferty. Firma kojarzona długo tylko z loteriami i promocjami, opartymi na prostej mechanice, rozwija zaawansowane narzędzia digital i inne usługi BTL.

Także badania uległy w ważnych wymiarach poprawie. Warto zwrócić uwagę na skokowy wzrost oceny strategii.

Smolar znalazł wyjątkowe miejsce na rynku, które pozwala mu spokojnie patrzeć w przyszłość. Niezależnie od koniunktury i mody marki FMCG będą korzystać z akcji promocyjnych. I potrzebują do tego wiarygodnego partnera.

Nazwa spółki i numer KRS: Smolar Agencja Promocyjno-Reklamowa sp. z o.o., 0000444211

Osoba zarządzająca: Robert Wojkowski, prezes zarządu

Nowi klienci 2020: Storck, Heinz, Cersanit, Aldi, Netto

Utrzymane budżety po przetargach 2020: Unilever, GlaxoSmithKline, Carlsberg, Payback, Lidl

Stracone budżety 2020: brak

Stała obsługa: Henkel, Grupa Żywiec, Maspex, Upfield, Danone

Klienci projektowi 2020: TVN, InPost, Tchibo, Kaufland, Perrigo

Top projekty 2020: InPost „Dobrze się składa”; Maspex „Loteria Tiger Power”; Payback-Kaufland „Świąteczne odliczanie”

Obroty 2020 i dynamika: 53,1 mln zł

Revenue 2020 i dynamika: b.d.

Zysk netto 2020 i dynamika: b.d.

Kluczowe zmiany personalne: utworzenie działu skierowanego do obsługi Samsunga

Liczba zatrudnionych i zmiany: 44, zwiększenie zatrudnienia o pracowników do obsługi Samsunga

Główne zmiany w strukturze/ofercie: poszerzanie kompetencji w obszarach digital, strategia i kreacja; uruchomienie aplikacji mobilnej – platformy służącej do komunikacji z uczestnikami organizowanych akcji oraz do promowania, informowania o działaniach agencji

Badanie: wymiary ogólne w okolicach średniej, z wyjątkiem oceny strategii, która bardzo poszła w górę i jest teraz mocno powyżej średniej; wymiary szczegółowe bardziej zróżnicowane, ale sporo ocen powyżej średniej



Smolar

