



Smolar

Partner dla najlepszych

To był znakomity rok dla agencji. Smolar zwiększył swoje obroty o jedną trzecią i osiągnął niemal 100 mln zł obrotów. Co może nawet ważniejsze, poprawił jednocześnie oceny satysfakcji klientów w badaniu Kanatra i chodzi tu dosłownie o wszystkie oceny na wymiarach ogólnych oraz szczegółowych.

Jak widać, strategia firmy jako partnera dla największych marketerów i realizatora największych akcji wsparcia sprzedaży, konkursów, loterii i programów lojalnościowych sprawdza się. Z usług Smolara korzystają tacy giganci jak Unilever, Henkel, Grupa Żywiec czy Samsung. Agencja wciąż udoskonala swoją ofertę, wprowadzając narzędzia cyfrowe i integrując swoje działania z aplikacjami marketerów.

Można sądzić, że i ten rok będzie dla agencji bardzo dobry. Warunki rynkowe sprawiają, że wielkie firmy FMCG chętnie sięgają po loterie i promocje jako narzędzia wspierające sprzedaż, widać to choćby po wzmożonej aktywności browarów w tym zakresie. Klienci będą chętnie korzystać z usług Smolara jako zaufanego i sprawdzonego partnera, który ma na koncie największe projekty na rynku.

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

Osoba zarządzająca: Robert Wojkowski, prezes zarządu/właściciel

Nowi klienci 2022: Douglas, Hortex, Santander, Geberit, Dr Irena Eris

Utrzymane budżety po przetargach 2022: InPost, Lidl, Kaufland, Cinema City, Payback

Stracone budżety 2022: nd.

Stała obsługa: Henkel, Unilever, Samsung, Grupa Żywiec, Carlsberg

Klienci projektowi 2022: Maspex, Animex, PayPo, Shell, Empik

Top projekty 2022: InPost – loteria „Krótka piłka: zdraj nagrody w apce InPost”; Grupa Żywiec – loteria „Loteria zdrajki”; Cinema City – loteria „Wygrywa każdy kinoman”

Obroty 2022 i dynamika: 99,53 mln zł, +33%

Revenue 2022 i dynamika: b.d.

Zysk netto 2022 i dynamika: b.d.

Kluczowe zmiany personalne: wewnętrzne awanse w dziale client service

Liczba zatrudnionych i zmiany: 41

Główne zmiany w strukturze/ofercie: wdrożenie ISO/IEC 27001 Polityki Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji; rozwój platformy i aplikacji do obsługi uczestników oraz laureatów promocji; rozwój i dalsza integracja z klienckimi aplikacjami w celu wypracowania najnowocześniejszych i najwydajniejszych mechanizmów promocyjnych

Badanie: Agencja poprawiła dosłownie wszystkie oceny z ubiegłego roku zarówno na wymiarach ogólnych, jak i szczegółowych.



Fot. materiały prasowe

Smolar

