

retailing



PORTFOLIO:

Polska

Algida
Bosh
Casio
Clear
Dove
Esselte
Ferio Rodzinne Centrum
Fiskars
Flora
Inco Veritas S.A.
Kamis
OBI
Riff
Smirnoff
Stowarzyszenie Mrożonej
Żywności
Uno Fresco Tradex
(Bakalland)
Zibi
Żywiec Group

Chiny

Red Bean Food Ltd

Czechy

MASPEX Czech
Rudolf Jelinet

Francja

Intersnack
LU

Hiszpania

Disney Store
Grampian Foods (Europe)
LDT
Habitat
Invista (Lycra)
Panrico
Sodexho Pass
The Body Shop
Tuttofood
Vipventa

Coraz silniejsza konkurencja miedzy markami i zagęszczająca się ilość placówek handlowych wymusza uważne podejście do klienta i jego potrzeb a także do wizerunku marki/sieci. Zwyczajnie konsumentki oraz dojrzewająca lojalność polskich konsumentów to obecnie największe wyzwania dla marek i sieci handlowych w Polsce. Zaufanie, wysoka jakość, fachowe doradztwo oraz szeroki wybór produktów to najbardziej pożądane cechy w przypadku sieci handlowej. O tak jasne kryteria w przypadku marki jest już znacznie trudniej. Konkurencja zaostrza się, zwłaszcza w sektorze dóbr szybko zbywalnych. Walka o konsumenta toczy się często już na etapie projektowania nowej marki czy inwestycji pod kolejną placówkę.

Dynamiczny rozwój liczby sklepów handlu nowoczesnego (hipermarkety, supermarkety, dyskonty), sieciowych sklepów drogerijnych, centrów handlowych, marketów budowlanych oraz sieci RTV AGD wymaga odpowiedniego wsparcia w zakresie komunikacji. Sieci handlowe coraz częściej wychodzą poza wielkie miasta. Aspekt ten wymaga także dużej uwagi w kontekście budowania relacji ze społecznościami lokalnymi i to od początku realizacji inwestycji pod placówkę.

Zespół konsultantów On Board PR Ecco Network, korzystając ze znajomości branży i sektora, realizuje działania w zakresie komunikacji marki i komunikacji korporacyjnej, w tym komunikacji nowej inwestycji, działań kryzysowych, komunikacji wewnętrznej. Podstawą do budowania efektywnych kampanii i wiarygodnych przekazów są przeprowadzone diagnozy i analizy a także współpraca z ekspertami w wybranych sektorach.

Komunikacja marki:

Opracowanie i implementacja strategii komunikacji marki, w tym: budowanie tożsamości marki i określenie barier komunikacyjnych. Projektowanie i prowadzenie poszczególnych etapów komunikacji w zależności od celu kampanii (launch, re-launch, re-branding, brand extension), doradztwo w zakresie spójności komunikacji wszelkich działań marketingowych dotyczących marki.

Komunikacja w internecie:

Opracowanie zawartości strony internetowej. Kreowanie i promowanie zawartości bloga. Tworzenie funpage'ów związanych z marką (B2C). Interakcje z marką, np.: konkursy, sondy, chaty. Podtrzymywanie więzi, np. poradniki. Fora internetowe: analiza wątków, analiza zawartości merytorycznej i grup interesu.

Relacje z mediami:

Biuro prasowe – budowanie i utrzymywanie wizerunku marki/sieci. Kampanie wprowadzające lub odświeżające markę na rynku, kampanie wspierające kolejne inicjatywy marki, w tym zarówno kampanie typu entertainment/brand experience, jak i edukacyjne. Kampanie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Think Tank Image – kreowanie wizerunku ekspertów firmy w mediach. Oprawa mediowa otwarć nowych placówek. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Szkolenia medialne dla reprezentantów firmy.



Public affairs:

Monitoring legislacyjny i ustawodawczy
- monitorowanie i raportowanie prac rządowych i parlamentarnych; udział w oficjalnych spotkaniach dotyczących projektowanej zmiany legislacyjnej; bieżące doradztwo w zakresie procesu legislacyjnego. Stakeholders analysis - pogłębiona analiza procesu legislacyjnego w stosunku do planowanego tematu /projektu, określenie możliwych scenariuszy procesu legislacyjnego oraz identyfikacja podmiotów i osób bezpośrednio, pośrednio zaangażowanych w działania legislacyjne, definicja zagrożeń i rekomendacje działań. Perception Audit - analiza postrzegania zagadnień przez wybranych przedstawicieli grup zaangażowanych w proces legislacyjny.

Komunikacja nowych inwestycji:

Przed podjęciem decyzji o planowanej inwestycji: podstawowe informacje dotyczące wymogów formalno-prawnych związanych z ochroną środowiska, badanie klimatu społecznego miejsca inwestycji. Po złożeniu wniosku o wydanie decyzji środowiskowej: strategia komunikacji dostosowana do kalendarza procesu administracyjnego i różnych scenariuszy rozwoju sytuacji, wsparcie komunikacji w procesie konsultacji społecznych, public affairs – relacje z lokalnymi władzami miasta i grupami wpływu społecznego, biuro prasowe inwestycji nowej placówki.

→ On Board PR Ecco Network – OBI

Konsultanci On Board PR Ecco Network, w ramach działań PR korporacyjnego, byli odpowiedzialni za realizację kampanii „OBI Inspiruje”. Celem kampanii było przekonanie Polaków, iż oferta marketów OBI to nie tylko materiały budowlane, ale także materiały dekoracyjne, wyposażenia wnętrz i ogrodnicze. W ramach projektu konsultanci On Board PR przeprowadzili m.in.: badanie internetowe nt. przyzwyczajęń Polaków związanych z aranżacją wnętrz i oświetleniem, zorganizowali wypowiedzi ekspertów OBI nt. trendów na rynku oraz eksperckie dyżury telefoniczne podczas trwania programów telewizyjnych, cykl tematycznych śniadań prasowych i warsztatów w redakcjach.

→ On Board PR Ecco Network – FERIO

W ramach współpracy agencja On Board PR Ecco Network zrealizowała działania z obszaru PR korporacyjnego zapewniając oprawę mediową otwarć nowych placówek FERIO. Celem działań było budowanie znajomości marki FERIO – rodzinnej sieci handlowo-usługowej. W ramach realizacji projektu konsultanci On Board PR zorganizowali biuro prasowe, spotkania i wywiady w mediach, zapewnili oprawę mediową otwarcia nowej placówki oraz wspierali komunikację nowej inwestycji, także na etapie budowy.

→ On Board PR Ecco Network – DOVE/Unilever

Agencja On Board PR Ecco Network była odpowiedzialna za przeprowadzenie kampanii „Prawdziwe piękno” realizowanej dla marki Dove ProAge. Celem kampanii było sprowokowanie dyskusji społecznej na temat pojęcia piękna. W ramach działań PR zorganizowano casting na kobietę Dove. Wybrane panie wzięły następnie udział w sesji zdjęciowej do kalendarza Dove ProAge, który dołączono do miesięcznika „Pani”. Zdjęcia wykonane zostały przez Lidę Popiel. W wyniku działań On Board PR opracowano też raport pt. „Zbyt młode, by czuć się staro”, który został zaprezentowany w trakcie konferencji prasowej połączonej z przedstawieniem marki ProAge.

Komunikacja wewnętrzna:

Opracowanie strategii komunikacji wewnętrznej. Dostosowanie strategii komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej do zmian rynkowych. Opracowanie i wdrażanie narzędzi komunikacji wewnętrznej – intranet, spotkania, szkolenia i warsztaty, wydarzenia specjalne dla pracowników. Wdrożenie procedur zarządzania informacją w firmie i komunikacja zmiany. Values & Strategic Session- budowanie misji, wizji i wartości korporacyjnych.

Audyty:

Audyty komunikacyjne: analiza rynku konsumenta, konkurencji i komunikacji. Audyt mediowy – audyt postrzegania komunikacji marki/sieci przez media. Audyt medialności marki/sieci – poszerzony audyt mediowy, wzbogacony o przegląd wyników mediowych klienta na tle konkurencji. Audyt wewnętrzny – audyt komunikacji wewnętrznej, badania dotyczące komunikacji i relacji z pracownikami, ich nastawienia i odbioru komunikatów narzędzi komunikacji ze strony zarządu.

→ On Board PR Ecco Network – Smirnoff

Współpraca On Board PR Ecco Network z Diageo Polska skupiona była wokół prowadzenia działań na rzecz umocnienia marki Smirnoff. W ramach kampanii realizowanej pod hasłem „Smirnoff Black Experience” zorganizowano cykl imprez w miejscach historycznie ważnych dla marki – Nowy Jork, Warszawa, dodatkowo cykl imprez w nowojorskim klimacie nad polskim wybrzeżem z udziałem światowych gwiazd m.in.: Maurice Fulton, Joel Martin, Tim Sweeney. Działania nawiązywały w stylistyce do motywu nowoczesnego dżentelmena. Konsultanci On Board PR zorganizowali też specjalne wydarzenie oparte na światowym partnerstwie marki Smirnoff Black i kultowej postaci Jamesa Bonda. Konsultanci przygotowali przedpremierowy pokaz filmu „Quantum of Solace” pod patronatem marki Smirnoff oraz zapewnili oprawę medialną wydarzenia.



Impactor - On Board PR najbardziej podziwiana agencją PR 2008 roku 2009

Indywidualność Roku Merkury 2006

Golden Drum dwukrotnie 2009

SABRE Award 2008

European Excellence Award dwukrotnie 2007

Mercury Excellence Awards dwukrotnie 2007, 2009, 2010

Magellan Awards 2004, 2005, dwukrotnie 2006, dwukrotnie 2007, dwukrotnie 2009

Złoty Spinacz 2004, 2005, dwukrotnie 2009

Golden World Award 2003, 2005

PORTFOLIO:

Holandia
Aldi Ireland
BurgerKing
Heine
Interface Flor
Masterfoods
Phillip Morris

Indie
Mother Dairy

Irlandia
GreenCore Group

Niemcy
Cherry Marketing Institute
German Soup Industry

Rosja
REDD's
Russian Standard Vodka

Szwajcaria
Fromalp Ltd.
Mauler & Cie Ltd
Vinho Verde Portugal
VOLG Weinkellereien

Szwecja
Atria
Foodmark
Foster
Fria
Leksandbrod
McVities
Nespresso
Pripps
Rydbergs
Saternus
Scottish & Newcastle
Skane Nejerier
Spanish Wines
Stellan Kraemaer
V&S

Ukraina
Galaktoz

USA
Dealhunting
Lifeway Foods
Native New Yorker
Patagonia
Quaker Maid Meats
Rosati's Pizza
S. Rosen's
SodaClub
Spicy Pickle
Yogen Fruz

Włochy
Absolut
Auricchio
Cointreau

Zjedn. Emiraty Arabskie
City of Arabia