



full service
PORTFOLIO 2022



*** z schulza
w ancymony**

Schulz *CZYLI KORZENIE*

.....

25 lat, 60 pracowników, szylt Schulz brand friendly na szczycie wieżowca i opinia profesjonalistów. W sumie super, prawda? Właśnie przestało nam to wystarczać. Świat się zmienia, a my jesteśmy go ciekawi. Przystosowujemy się, szukamy, eksperymentujemy, morfujemy, lecimy... „This is the end, brand friend”! Zaczynamy nowy etap, nie odcinamy się od korzeni.

Ancymony *CZYLI ZMIANA*

.....

Skąd się wzięła nasza poprzednia nazwa? Bruno Schulz, „Sklepy ancymonowe”. Ano właśnie. Z cynamonu wyszedł nam w końcu ancymon. A może inaczej – z nas wyszły Ancymony: kreatywna brawura, iskra, taka nutka pieprzu. Nie boimy się, bo i czego? Jak już żartujemy, to na serio. Lubimy zaczepiać, ale inteligentnie. Podważamy, ale tylko po to, żeby szkicować coś zupełnie, zupełnie innego...



co dalej? *CZYLI ANCYMONOWANIE*

.....

Dobra reklama wywraca świat do góry nogami. Nie można o niej zapomnieć. Jest trochę jak pajacyk, a trochę jak odbezpieczony pistolet. Wiemy o tym. Mówiąc krótko, bądźcie gotowi na wszystko.





co najmniej 200* zrealizowanych kampanii



ponad 100** zrealizowanych spotów TV



ponad 0,5 miliona użytkowników Facebooka,
do których codziennie docierają nasze posty

.....

* Ciężko policzyć, wiecie – w 1997 archiwa były chyba jeszcze na dyskietkach.
** I nie, nie liczymy tutaj tych wszystkich „dokrętek” tworzonych, gdy zmieni się oferta czy produkt klienta.
*** Tak, szybko i zwinie przeszliśmy na „zdalniaka”.

**ponad 60
ancymonów**

**50% – wzrost
zatrudnienia
w 2020 roku**

13* pracowników,
którzy *NIGDY* nie byli
w naszym biurze**

*** 25 LAT
na rynku**

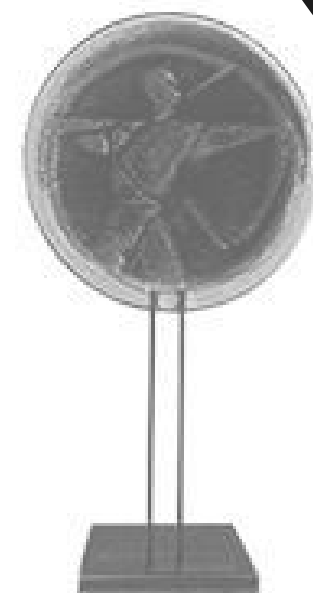
**nagrody
& nominacje**

„SIŁA PRZYCIĄGANIA”
2021, 2020

**Puls
Biznesu**



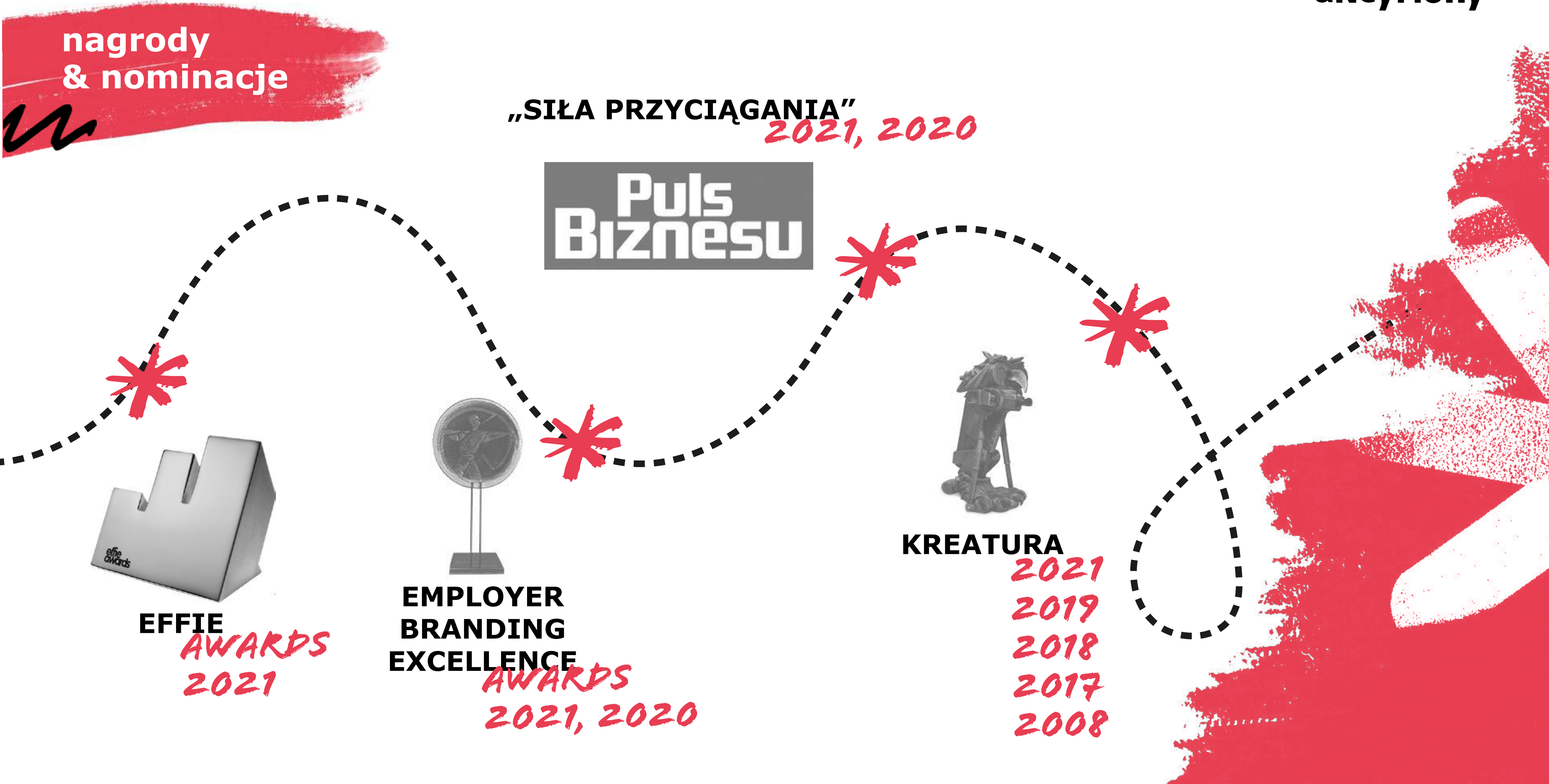
**EFFIE
AWARDS**
2021



**EMPLOYER
BRANDING
EXCELLENCE
AWARDS**
2021, 2020



KREATURA
*2021
2019
2018
2017
2008*



wyróżnienia branżowe



**WYRÓŻNIENIE
„NOWA ENERGIA”
2020**

MMP 



**„WYNIK ROKU”
2020**

Press



**WYRÓŻNIENIE
„MARKETING Z SERCEM”
2020**

MMP 

*dowieźliśmy KPI
m.in. dla:

*ancymony

HEINZ
ESTD 1869

Pudliszki
OD 1920



APAP®

LUBELSKA

Melvit

Gatta

CO
Stowarzyszenie
mali bracia Ubogich
przyjaciele osób starszych

PIĄTNICA

ROSSMANN

Śnieżka

IBUPROM

RTV EURO AGD

JOANNA

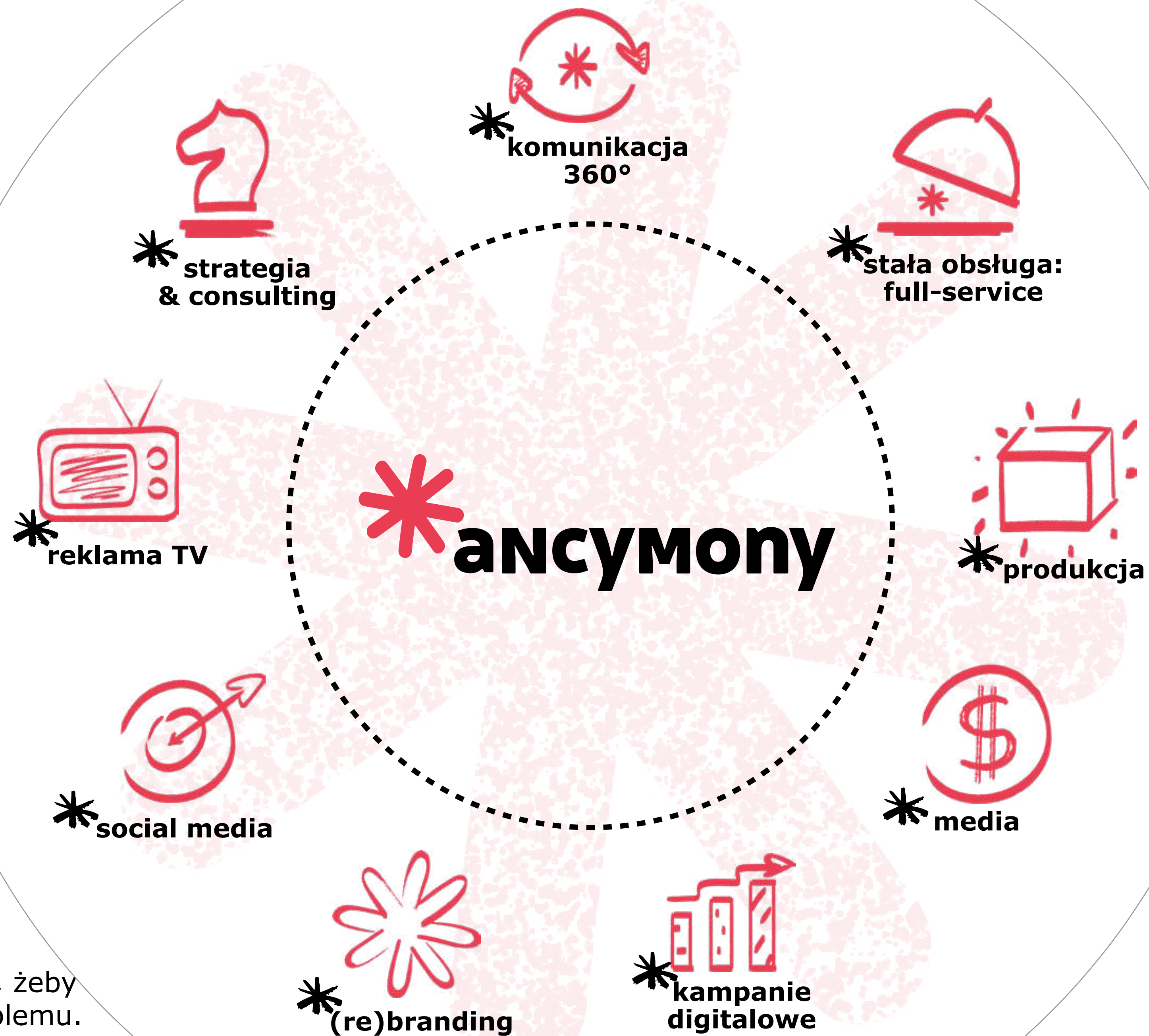
**MITSUBISHI
MOTORS**
Drive your Ambition

Lusette

DEBICA®

i pewnie
ponad
100 innych

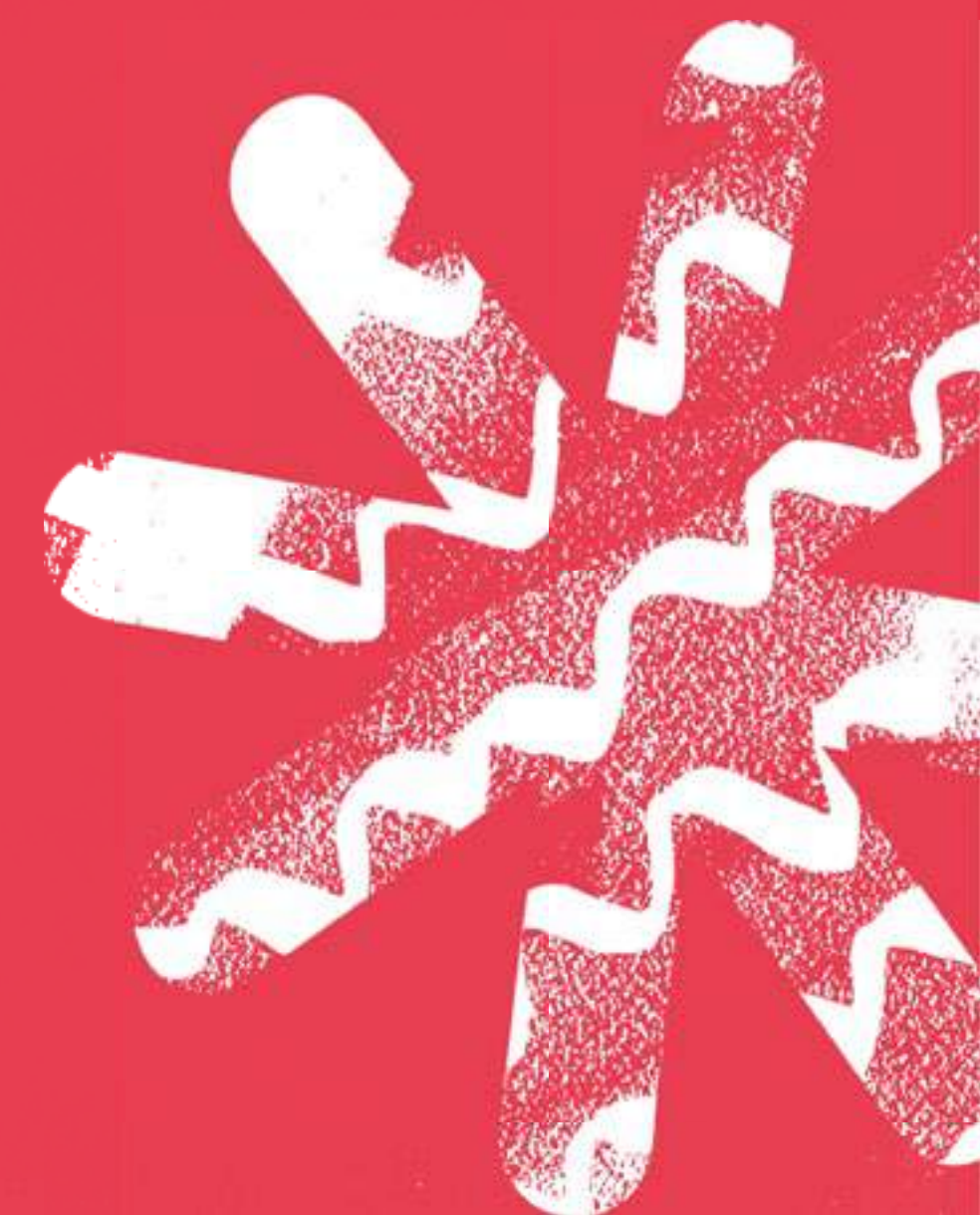
mamy skile



Generalnie to umiemy w komunikację – niezależnie od kanału. Ale niektórzy wolą, żeby jakoś to sensownie podzielić. Nie ma problemu.

case studies

CZYLI CO ROBIMY



MAXI ZOO

stała obsługa
FULL SERVICE

„Marka Maxi Zoo to nowoczesna i – w myśl filozofii „Happier Pets. Happier People” – najprężniej rozwijająca się sieć sklepów dla zwierząt w naszym kraju, posiadająca w swojej ofercie ponad 6000 produktów dla miłośników zwierząt i ich pupili. W ostatnich miesiącach otworzyliśmy kilka nowych sklepów stacjonarnych w Polsce -aktualnie mamy już 55 placówek w całej Polsce. Prace marketingowe były bardzo intensywne i cieszę się, że mamy u boku tak zaufanego partnera jak agencja Ancymony”.

– Wojciech Kamiński, dyrektor zarządzający Maxi Zoo Polska



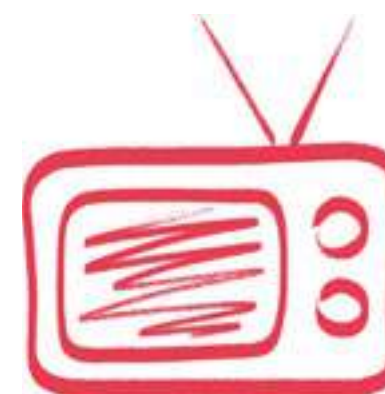
**stała obsługa:
full-service**



**strategia
marki**



**strategia
komunikacji**



reklama TV



digital



radio



OOH



POS

MAXI ZOO

Działamy na *MAXI!*

*Kiedy?

kwiecień 2021 - obecnie

*Przychodzi klient do agencji...

bo chce oddać się pod skrzydła nowej agencji. Kiedy już skończyliśmy mru-
czeń po wygranym przetargu, spełniliśmy
psi obowiązek i zabraliśmy się do robo-
ty! Działamy na MAXI - odpowiadamy za
wszystkie printy, digital, SM i materiały
promujące otwarcia. Niestraszne nam też
wszelkie zlecenia dodatkowe.

*Co mieliśmy do zrobienia?

Naszym zadaniem było przygotowanie materiałów promocyjnych (POS, digital, OOH) w oparciu o szereg manuali. Opracowaliśmy też materiały graficzne stosowane przy otwarciach sklepów stacjonarnych. Zrealizowaliśmy również przykładowe materiały pod kątem obsługi Social Media.

*No i co z tym zrobiliśmy?

Teraz dzień w dzień produkujemy materiały promocyjne takie jak gazetka, POS, formaty digitalowe, radio oraz OOH. Przygotowujemy szereg materiałów graficznych potrzebnych do otwarcia sklepów stacjonarnych oraz ich promocji offline oraz online. Realizujemy materiały postopeningowe sklepów stacjonarnych. Realizujemy dodatkowe kampanie wizerunkowe oraz produktowe. Wspieramy graficznie działania CSR marki. Obsługujemy Social Media (FB, IG, YT). Stale doradzamy w zakresie operacyjnym, koncepcyjnym oraz wizualnym.

*ancymony

10 LAT MAXI ZOO W POLSCE

Świątuj z nami i oszczędzaj

PREMIERE. Best Meat Adult.

-16%

105,00
125,00

PREMIERE Best Meat 12,5 kg

Znajdź sklep na maxizoo.pl

MAXI ZOO

Świątuj z nami i oszczędzaj!

10 LAT MAXI ZOO W POLSCE

Żywnienie adekwatne do wieku i różnych potrzeb

JUNIOR

ADULT

SENIOR

ŻYWIENIE SPECJALISTYCZNE

Współnie dla zwierząt

Razem spełniliśmy MARZENIA zwierząt w schroniskach

Dom bez zwierzaka jest jak ogród bez kwiatów.

Czas na przekąskę!

Małe smakołyki dla czworonożnych przyjaciół

MAXI HIT

10 LAT MAXI ZOO W POLSCE

Świątuj z nami i oszczędzaj!

14,99

17,99

14,99

6,39

Współnie dla zwierząt

Razem spełniliśmy MARZENIA zwierząt w schroniskach

MAXI ZOO

Dom bez zwierzaka jest jak ogród bez kwiatów.

MAXI ZOO

Kitty's Cuisine smakołyki dla kota

PREMIERE Mini smakołyki dla psa

REAL NATURE WILDERNESS przekąski dla psa

Czas na przekąskę!

Małe smakołyki dla czworonożnych przyjaciół

MAXI ZOO

stała obsługa: full-service –
co jeszcze robimy?

 **ancymony**



Lubelska

2018 — OBECNIE

Stala obsługa: full-service
(m.in. opracowanie i wdrożenie
nowoczesnej, świeżej i soczystej owocowej
platformy komunikacyjnej).



RTV EURO

OD 2021

Stala obsługa w zakresie kreacji, produkcji,
designu, motion designu oraz tworzeniu
komunikacji 360.



Kaufland

2019 — OBECNIE

Stala obsługa w zakresie kreacji, produkcji,
designu, motion designu oraz tworzeniu
komunikacji 360.

kampania marki

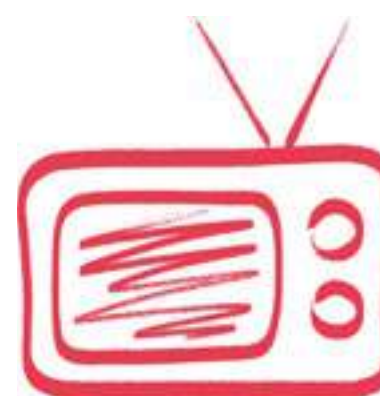
ENERBIO

„Proste historie z życia codziennego zamknęliśmy w atrakcyjnej wizualnie formie, która czerpie ze świata digitalu. O marce enerBIO opowiadamy dynamicznie, lekko, żwawo i z energią, która leży w jej DNA. Taki skład to rozumiem, czyli puenta powtarzana przez bohaterów spotów, a jednocześnie hasło kampanii wyraża zadowolenie konsumentów, czasem ich pozytywne zaskoczenie po zapoznaniu się z ofertą enerBIO, ale także odnosi się do dobrych, prostych i zrozumiałych składów produktów”.

– wyjaśnia Emilia Czerwiec, business unit manager & creative lead, Ancymony



strategia komunikacji



reklama TV



digital



kampania 360°



OOH

enerBIO

- TAKI SKŁAD TO ROZUMIEM!

***Kiedy?**

od 2021 r.

***Przychodzi klient do agencji...**

...i przynosi produkty niesamowitej jakości, o których nie wszyscy wiedzą. Marka enerBIO, od lat obecna w Rossmannie, nigdy jednak nie doczekała się swojej kampanii... aż do momentu, gdy trafiła na Ancymony.

***Co mieliśmy do zrobienia?**

Potrzebna była mocna Big Idea, która pozwoli opowiedzieć ciekawą historię o każdym produkcie enerBIO, a jednocześnie połączy je. Must have to także przemyślana kampania, która wciągnie konsumentów w świat marki i sprawi, że będą chcieli w nim zostać.

***No i co z tym zrobiliśmy?**

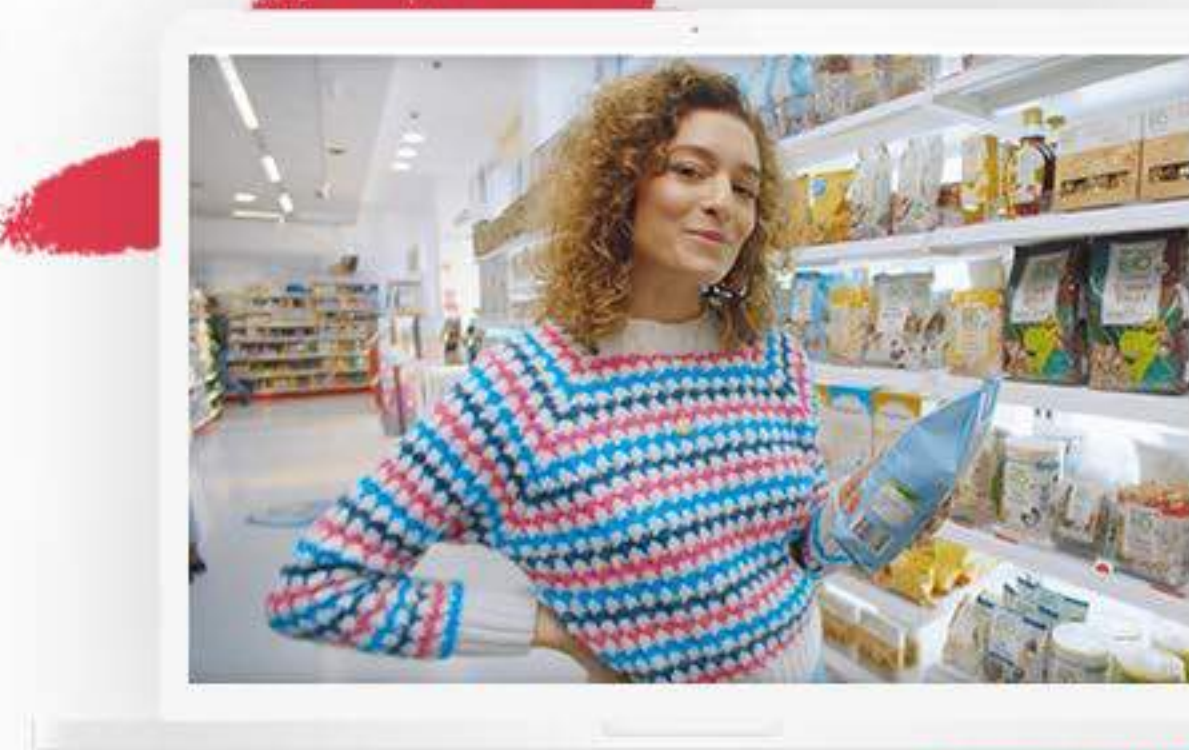
Stworzyliśmy kompleksowy plan działania dla enerBIO i intensyfikował działania marki. Nasza kampania obejmowała digital, social media, telewizję, OOH, prasę. Stworzyliśmy 4 podstawowe historie w formie video. Jednak każda z nich miała swoje warianty, idealnie dopasowane do touchpointów, różniące się nie tylko długością. Wszystko po to, aby kampania była maksymalnie skuteczna i docierała do konsumentów wieloma kanałami. W spotach przedstawiliśmy różne produkty. Połączyliśmy je schematem fabularnym, a historie opowiedzieliśmy naturalnym językiem. Naturalność była dla nas kluczowa przez cały projekt. Dlatego na potrzeby kampanii zorganizowaliśmy sesję packshotową. Działo się także w digitalu i social media, gdzie rozwijaliśmy świat marki i opowiadaliśmy więcej o produktach w zaskakujących i angażujących formatach.



PLAY!



YUMMY!





wybrane
kampanie 360°

*ancymony



Pudliszki

Przygotowanie kampanii wizerunkowej
na 100-lecie marki.

MMMM!

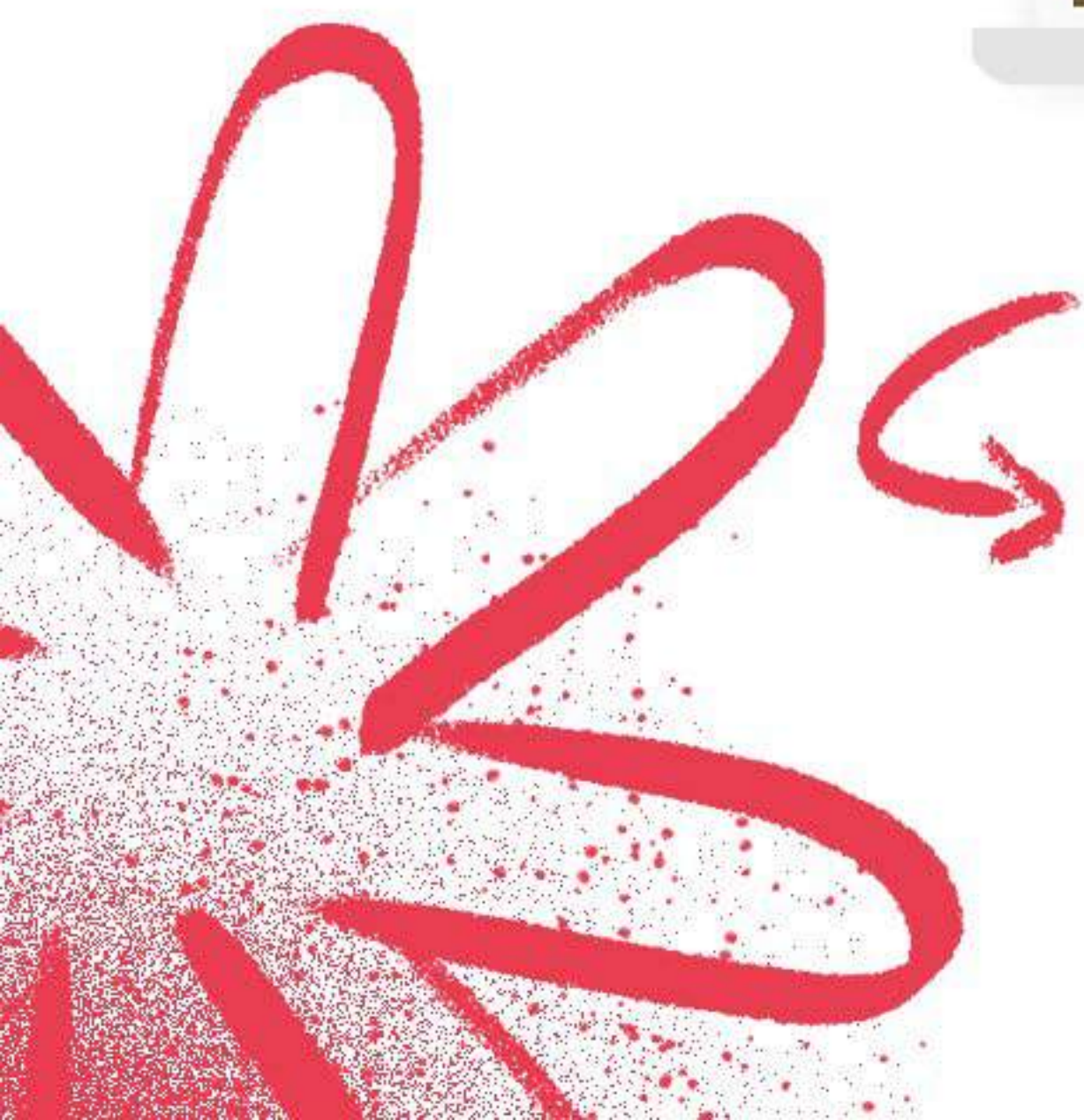


Vidaron

Stworzenie i wdrożenie nowej,
bardziej emocjonalnej platformy komunikacji.

WOW!

360°





stała obsługa *FULL SERVICE*

„Pozytywna rewolucja w komunikacji i w składzie produktów. Wawel smakuje coraz lepiej i jeszcze czyni dobro. Dobre wiadomości. Dobre składniki”.

– „Media & Marketing Polska”, styczeń 2018



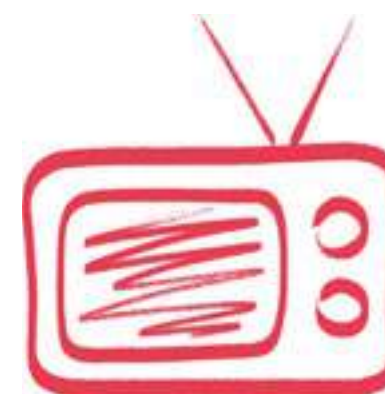
**stała obsługa:
full-service**



**platforma
komunikacji**



**strategia
komunikacji**



reklama TV



digital



branding



**kampania
360°**



social media



Wolność Wyboru! **WYBIERAJ I MIESZAJ!**

***Kiedy?**

styczeń 2019 – 2020

***Przychodzi klient do agencji...**

Marka Wawel postanowiła wprowadzić zmiany w obecnym modelu samoobsługowej sprzedaży słodczy na wagę.

***Co mieliśmy do zrobienia?**

Naszym zadaniem było zbudowanie świadomości marki Wolność Wyboru! (w sumie sama słodczy).

***No i co z tym zrobiliśmy?**

Dużo i jeszcze więcej.

- *Przygotowaliśmy największą (wow!) w historii marki Wawel kampanię reklamową.
- *Stworzyliśmy strategię komunikacji i koncept kreatywny całej kampanii.
- *Opracowaliśmy scenariusz i kreację 30-sekundowego spotu telewizyjnego.
- *Byliśmy autorami serii etiud internetowych pod hasłem „Misz Masz – najśłodsza seria w internecie”.
- *Zaprojektowaliśmy landing page, key visual, a także liczne (i fantastyczne!) kreacje digitalowe oraz materiały trade.
- *Zaplanowaliśmy i zrealizowaliśmy kampanię digitalową.



MISZ
masz

OMOMOM!

NAJŚŁODSZA SERIA
W INTERNECIE



ZOBACZ SPOT



a to inne kampanie zrealizowane w ramach stałej obsługi marki Wawel

*ancymony



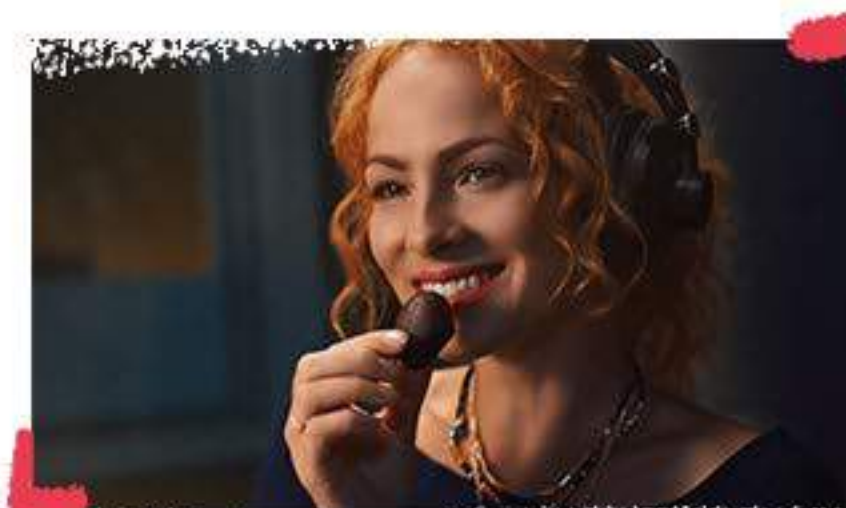
„CZUJESZ SIĘ DOBRZE, CZYNISZ DOBRZE”

Nowa platforma kreatywna marki Wawel.



„SERCE ROŚNIE”

Druga edycja społeczno-konsumenckiej akcji „Z miłości do radości”, pod nowym hasłem.



MALAGA, KASZTANKI, TIKI TAKI

Kampania 360° ze spotem telewizyjnym pełnym dobrych wiadomości.



ŻELKI JAK SMOK

Kampania launchingowa 360° z łobuzerskim brand hero.



MIESZANKA KRAKOWSKA

Kampania 360° (w tym spot telewizyjny i szeroko zakrojona kampania digitalowa).



FRESH & FRUITY

Kampania 360° (w tym spot telewizyjny i konkurs digitalowy).

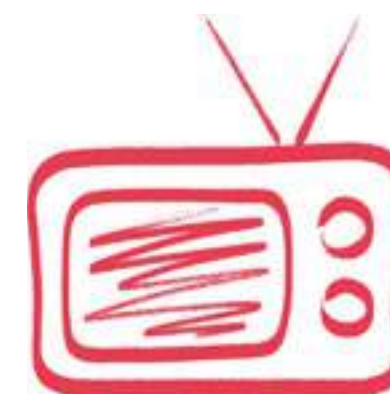
A large, horizontal, textured red brushstroke that serves as a background for the text.

kampania marki

D-VITUM

„Ilość dostarczonych przez agencję idei kreatywnych znacznie przekroczyła moje oczekiwania. Ostatecznie wybieraliśmy coś między bardzo dobrym a najlepszym. Pracując po stronie klienta życzę sobie tylko takich wyborów. Wszechstronność i proaktywność agencji zdecydowanie ułatwiły mi realizację projektu”.

– Agnieszka Siekierska, brand manager, Oleofarm



reklama TV

Odporność na okrągło

*Kiedy?

Wrzesień 2021

*Przychodzi klient do agencji...

Klient szukał kreatywnej formuły na opowiedzenie o tym, że jego produkty podkreślają odporność przez cały rok (D-Vitum Forte i D-Vitum dla dzieci), oraz o tym, jak ważna jest rola witamin D3 i K2 w utrzymaniu prawidłowego funkcjonowania organizmu.

*Co mieliśmy do zrobienia?

Mieliśmy znaleźć trzy koncepty, które pozwolą pokazać działanie preparatów w maksymalnie plastyczny i przystępny sposób.

*No i co z tym zrobiliśmy?

- * Dla D-Vitum Forte i D-Vitum Forte dla dzieci wymyśliliśmy platformę „Na okrągło”, by podkreślić wagę całorocznej suplementacji.
- * Dla D-Vitum Forte K2 wykreowaliśmy teatralny koncept spotu, w którym mowa o „wielkiej roli” jaką witaminy D3 i K2 odgrywają w organizmie.
- * Wyprodukowaliśmy trzy 15-sekundowe spoty telewizyjne z ambasadorką marki Magdaleną Róźczką.
- * Stworzyliśmy także reklamy radiowe odpowiadające spotom TV.



ZOBACZ

a to inne case'y farmaceutyczne

*ancymony



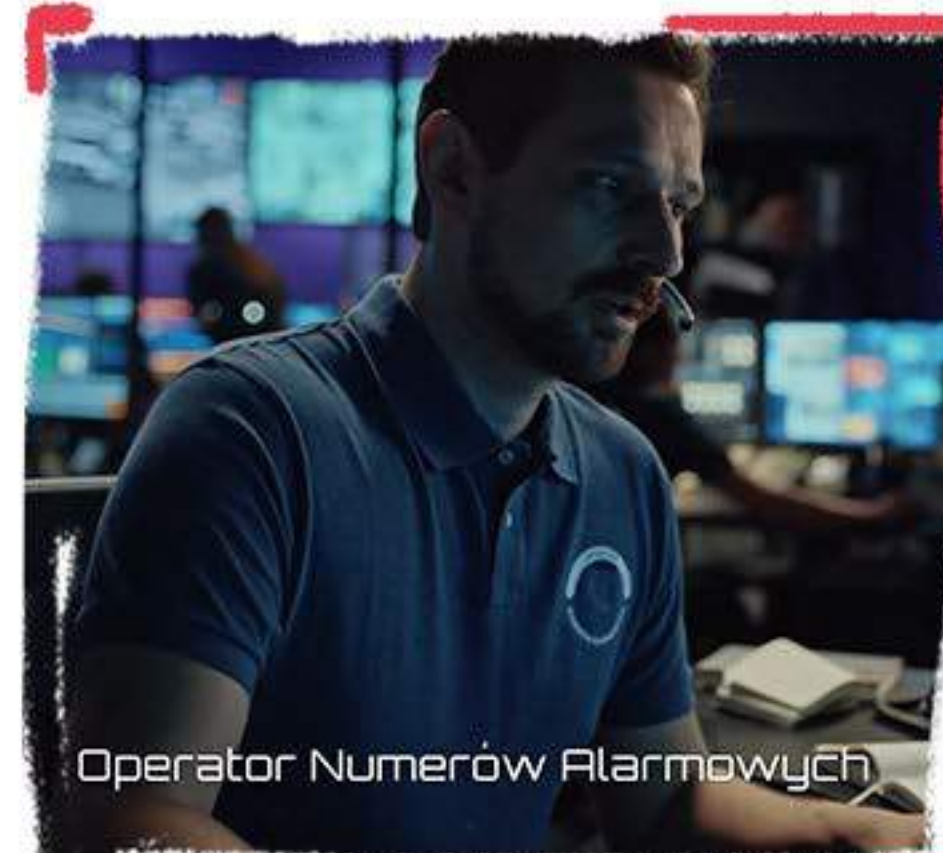
Sachol
2020

Spot telewizyjny i kampania digitalowa.
(Film zrobiony zdalnie –w trakcie lockdownu!)



Apap
2019

Spot telewizyjny pod hasłem
„Apap i wracasz na dobre tory”*.



Ibuprom RR
2019

Kampania nowego wariantu Ibupromu z hasłem
„I Ty miej Ibuprom RR w pogotowiu.



Diosminex
2018

Niestandardowy spot farmaceutyczny
w konwencji musicalu.

* BYŁ TAK PRZEKONUJĄCY, ŻE DOSTALIŚMY WIADOMOŚCI Z PROŚBĄ O SPOTKANIE Z MASZYNISTĄ – BOHATEREM SPOTU.

kampania marki

VITA BUERLECITHIN

„Vita Buerlecithin to uznana marka preparatu wzmacniającego umysł i formę, tradycyjnie już dawanego w prezencie osobom starszym, szczególnie, jako prezent Gwiazdkowy. W tym roku dajemy coś więcej – kartkę świąteczną, w której osobiście składamy życzenia bliskim. To prezent od serca, który będzie zapamiętany długo”.

– Anna Gérard, senior brand manager, Orifarm



social media



digital



media

Twoje wyjątkowe ŻYCZENIA

*Kiedy?

od 2021 r.

*Przychodzi klient do agencji...

...i chce wypromować swój lek w digitalu. Prosta sprawa? Niekoniecznie, bo to lek wydawany bez recepty, więc na starcie mieliśmy przed sobą wyzwanie w postaci wielu prawnych ograniczeń. Musieliśmy zaangażować naszą grupę docelową w okresie świątecznym, ale bez żadnego konkursu z nagrodami. Jak dać się zauważyć, kiedy inne marki oferują odbiorcom namacalne korzyści?

*Co mieliśmy do zrobienia?

Przy takim challenge'u pierwszym krokiem była obszerna konsultacja strategiczna. Dzięki niej opracowaliśmy strategię mediową zawierającą cały ekosystem, harmonogram działań i media plan. Ten fundament posłużył nam do realizacji naszego pomysłu na aktywację i zaprojektowaniu makiety UI/UX strony internetowej i aplikacji.

*No i co z tym zrobiliśmy?

Idąc świątecznym tropem, postaviliśmy na platformę do wysyłania bożonarodzeniowych e-kartek. Użytkownicy mogli swobodnie dobierać zdjęcia, ozdoby, napisać treść życzeń i rozesłać do bliskich w formie animowanych GIFów. Chcieliśmy dotrzeć do konsumenta i zachęcić do kliknięcia w reklamę, dlatego podzieliliśmy media na zasięgowe i generujące wejścia. Byliśmy wszędzie – od Facebooka i Instagrama, przez reklamy GDN i Programmatic na wizaz.pl, po content marketing na portalu polki.pl. Jak nam poszło? Odnotowaliśmy ponad 36 milionów wyświetleń, zrealizowaliśmy 164% celu zasięgowego i 166% celu konwersyjnego. Pokazało to, że kluczem jest zawsze dobry pomysł i strategia oparta na prawdziwych potrzebach. Niezależnie od wyzwania, przed jakim stajemy.

HO! HO! HO!

The Heinz logo, consisting of the word "HEINZ" in a large, bold, black, sans-serif font, with "ESTD 1869" in a smaller font below it. The logo is set against a red, textured background that resembles a paintbrush stroke.

stała obsługa

**DIGITAL &
SOCIAL MEDIA**

„Co można zrobić dla marki, którą kochają wszyscy? Obsługa social media love brandu to marzenie chyba każdej agencji, ale także ogromna odpowiedzialność i wyzwanie”.

– Emilia Czerwiec,
business unit manager & creative lead



social media



digital



Tak smakuje *LEGENDA*

*Kiedy?

kwiecień 2021 – obecnie

*Przychodzi klient do agencji...

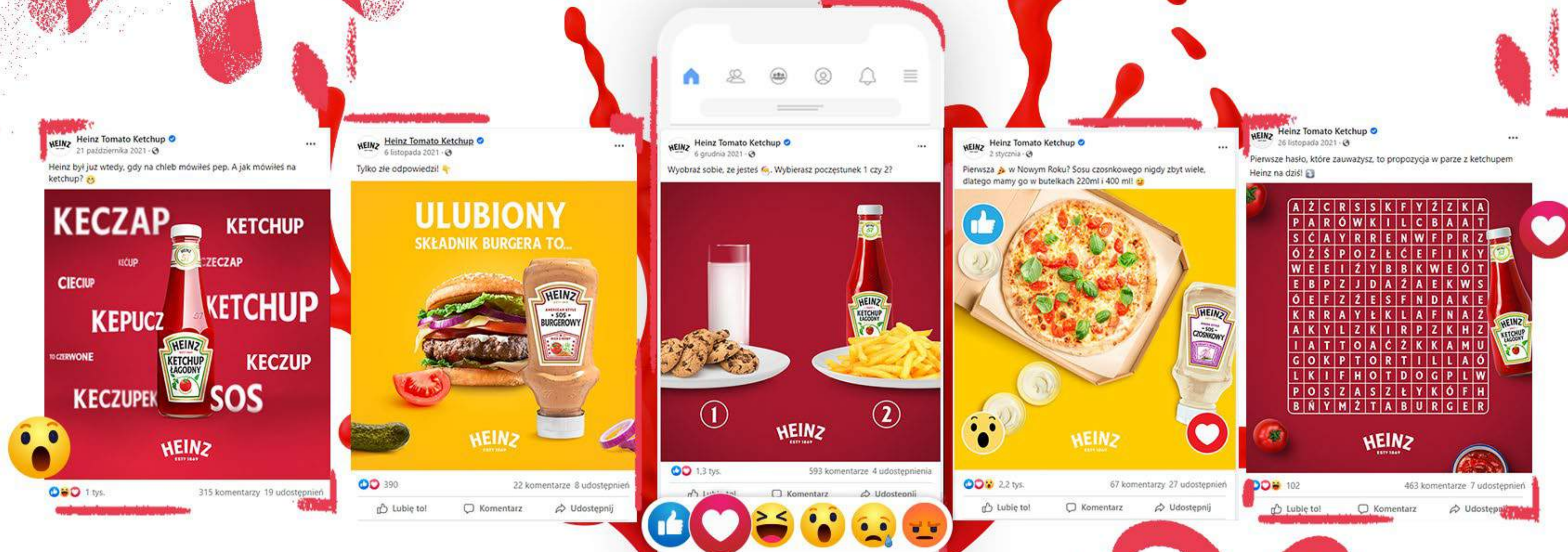
Polski profil marki Heinz potrzebował trochę kreatywnego zamieszania. Klient poszukiwał agencji, która poczuje styl i humor marki oraz stworzy smaczną komunikację. Nie zawsze na serio.

*Co mieliśmy do zrobienia?

Tylko i aż strategię komunikacji social media. Taką, która jest spójna z globalnymi wytycznymi, a jednocześnie skutecznie zrealizuje cele polskiego rynku. I jeszcze żeby kreacje były po prostu fajne, no i oczywiście angażujące. Da się? No pewnie. Zobaczcie sami!

*No i co z tym zrobiliśmy?

Więcej humoru, więcej aktywności, więcej mocy! Głodni nowych wrażeń wgryźliśmy się w temat Heinz'a z wielką ochotą. Postanowiliśmy szukać ciekawych okazji do żartów i kreatywnie odpowiadać na zaczepki konsumentów, a to wszystko w kolorowych i smacznych kreacjach godnych love brandu.



YUMMY!

ZOBACZ FANPAGE



**a to inne marki,
dla których
ogarniamy sociale**

***ancymony**

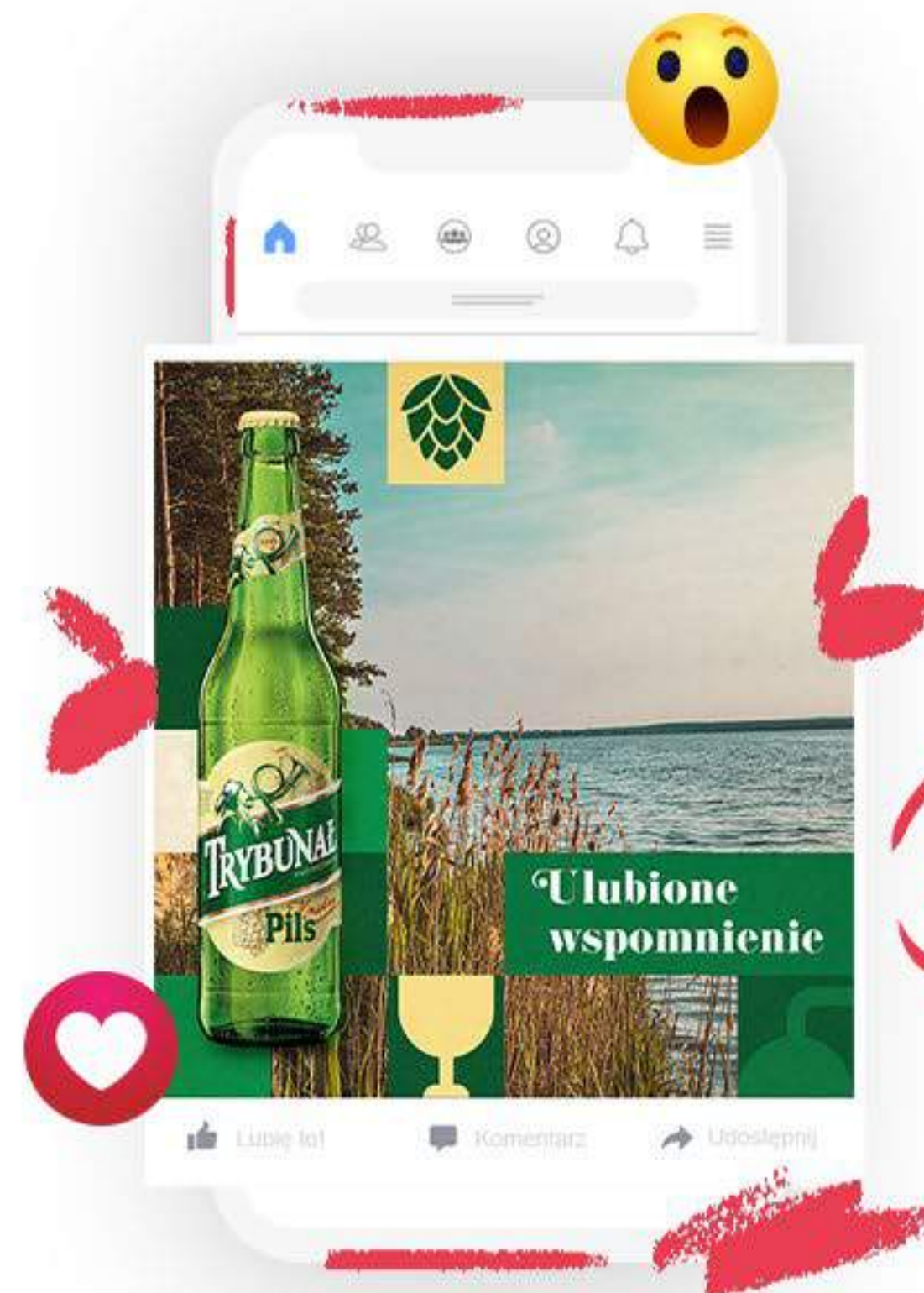
follow



Pudliszki
OD 2021 ROKU



Melvit
OD 2020 ROKU



Trybunał
OD 2021 ROKU

 **DEBICA**[®]

stała obsługa

**DIGITAL &
SOCIAL MEDIA**

„Jak wtoczyć na rynek nową oponę całoroczną? Mieliśmy na to masę turbokreatywnych pomysłów, które ujęły klienta. Ale każda podróż zaczyna się od pierwszego kroku i na razie ruszyliśmy z działaniami SM i kampanią zasięgową. Do mety jednak daleko i wierzę, że jeszcze zdążymy odpalić te wszystkie niestandardy, influencersy:), PR-stunty, aktywacje i inne dopalacze nitro”.

– Jarek Pawłowski,
business unit manager & creative lead



social media



digital



Navigator 3 panuje NA DROGACH w różnych warunkach

***Kiedy?**

od 2021 r.

***Przychodzi klient do agencji...**

i wzbudza ekscytację, bo chodzi o jeden z polskich love brandów! I to z ciekawym wyzwaniem. Latami nam przecież do głów tłuczono, że opony zmienia się dwa razy w roku. A tu proszę, trzeba wymienić bieżnik w mózgach konsumentów, bo oto pojawił się świetny model całoroczny.

***Co mieliśmy do zrobienia?**

Mieliśmy wypracować wizję całorocznej komunikacji dla całorocznego produktu. Kiedy harmonogram zamienił się w realny kalendarz, zaczęliśmy tę wizję realizować na FB. Na sezon wiosennej zmiany opon przygotowaliśmy kampanię zasięgową plus narzędzia takie jak LP czy film na YT. Cdn.

***No i co z tym zrobiliśmy?**

Naszą trasę wyznaczała wypracowana wcześniej platforma „Panuje na polskich drogach”. Na FB wyzwanie polegało na tym, by znaleźć kreatywny objazd dla jej ograniczeń (np. narzuconych ujęć top view). Aby syty był wilk spójności, a i owca różnorodności cała, nakręciliśmy się na formaty wideo. Co było o tyle istotne, że mieliśmy w atrakcyjny sposób mówić stale o... jednym tylko produkcie. Ale kto smaruje humorem, ten jedzie. A w kampanii zasięgowej ruszyliśmy w stronę korzyści racjonalnych i punktów widokowych: przykuwających wzrok obrazów. Co tu dużo mówić, dowieźliśmy i dowozimy dalej!



ZMIEN NA CAŁY ROK!



ZOBACZ FANPAGE 



Stowarzyszenie
mali bracia Ubogich
przyjaciele osób starszych

Kampania

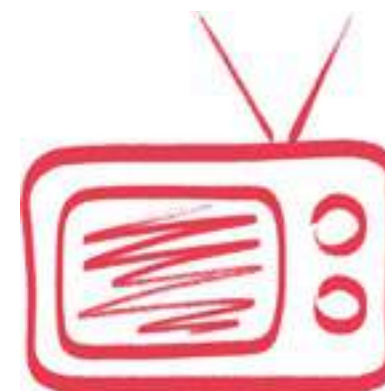
WIGILIJNA 2020

„Stowarzyszenie mali bracia Ubogich specjalizuje się we wspieraniu osób starszych i samotnych. Organizuje długoterminowy wolontariat, integruje środowisko seniorów, a co roku urządza dla nich wielką kolację wigilijną. Tu bardzo liczy się wsparcie darczyńców – mogą ufundować posiłki, które pojawią się na świątecznym stole”.

– Klaudia Wójcik, senior account executive,
~~Schulz brand friendly~~ **ANCYMONY**



PR



reklama TV



digital



radio



influencer
marketing

Kampania nagrodzona
srebrną statuetką
Effie Awards



oraz wyróżniona
w konkursie Kreatura



Stowarzyszenie mali bracia Ubogich
przyjaciele osób starszych



Moc niewidzialności

*Kiedy?

listopad – grudzień 2020

*Przychodzi klient do agencji...

W okresie przedświątecznej gorączki zakupowej stowarzyszenie walczy o uwagę darczyńców, promując ideę czynienia dobra i międzyludzkiej solidarności. Promowanie i walka o uwagę to coś, na czym trochę się znamy, a więc weszliśmy – cali na biało-czerwono.

*Co mieliśmy do zrobienia?

Big ideę kampanii, scenariusz spotu, no i materiały do internetu. Zrobiliśmy jednak o wiele więcej. Wszystko po to, by pomóc! No i nie wzięliśmy za tę pracę ani złotówki.

*No i co z tym zrobiliśmy?

Tu bardzo liczy się wsparcie darczyńców

- *Przygotowaliśmy spot telewizyjny „Moc niewidzialności”. To prosta historia, która kontrastuje dziecięcą perspektywę z rzeczywistością samotnej kobiety. Czarno-biały obraz tylko wzmacnia przekaz o Bożym Narodzeniu, które straciło swój kolor i boleśnie wręcz odcina się od reklamowego blichtru kampanii świątecznych.
- *Spot został uznany za jedną z najlepszych reklam świątecznych w rankingu „Nowego Marketingu”.
- *Do akcji zaprosiliśmy także znanych i lubianych – Edytę Herbuś, Magdalenę Lamparską czy Marcina Dorocińskiego. Później dołączyli do nas Mela Koteluk, Patricia Kazadi oraz Rafał Brzozowski.
- *Na Instagramie odbywała się akcja #seniorchallenge, w ramach której nasi influencerzy publikowali posty ze swoimi dziadkami – wszystko po to, by przypomnieć nam, że seniorzy są tuż obok, ale czasem po prostu ich nie widzimy.



No i co z tego wyszło?

Cóż – nie do końca możemy ujawniać te informacje, ale co nieco zdradzimy. Przekroczyliśmy zakładany cel zbiórki – pomimo pandemii i czasów, które nie sprzyjają NGO. Co jeszcze? Dotarliśmy z kampanią do nowych darczyńców. Pochodziło od nich aż... No właśnie – tego akurat nie możemy ujawnić. Między 40% a 60% wpłat – tyle powiemy. Ważne (a może najważniejsze) jest to, że trafiliśmy do młodych – zbudowaliśmy świadomość problemu wśród tych, którzy mogą zmienić najwięcej!



ZOBACZ SPOT





Stowarzyszenie
mali bracia Ubogich
przyjaciele osób starszych

Kampania

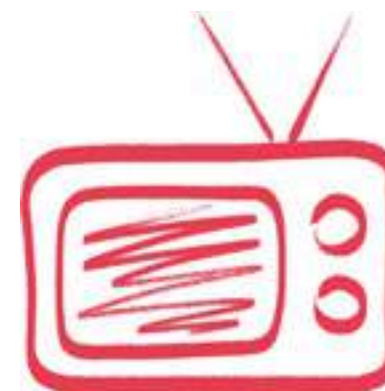
WIGILIJNA 2021

„Święta seniorów od lat nie są wesołe, a Wigilia to najsmutniejszy dzień w roku. W naszej kampanii opowiadamy prostą historię o rozpaczliwej potrzebie bliskości skrywanej pod serdecznością. To obraz samotności, który malujemy czułością i wrażliwością.”

– Emilia Czerwiec, business unit manager & creative lead, Ancymony



PR



reklama TV



digital



radio



influencer
marketing



Stowarzyszenie mali bracia Ubogich
przyjaciele osób starszych



Podaruj wesołe Świąta

*Kiedy?

listopad – grudzień 2021

*Przychodzi klient do agencji...

Sukces pierwszej kampanii postawił od razu pytanie: czy uda się nam pobić ten wynik? Czy Ancymony mogą przejść samych siebie? Okazuje się, że tak! W końcu samotni seniorzy potrzebują pomocy każdego roku. Nie mogliśmy zawieść.

*Co mieliśmy do zrobienia?

Podobnie jak poprzednim razem, centralnym elementem kampanii był spot TV. To on miał wykorzystać moc storytellingu, która zmusza nie tylko do myślenia, ale także do działania. Wszystko to w oparciu o mocną big ideę zrealizowaną, gdzie tylko mogliśmy. My, Ancymony, nie zamierzaliśmy przebierać w środkach, więc... wybraliśmy wszystkie!

*No i co z tym zrobiliśmy?

- * A czego nie zrobiliśmy! Pokazaliśmy wzruszającą historię w minutowym spocie do Internetu. Oprócz tego powstały wersje 30- i 15-sekundowe, a także formaty dla social media.
- * Wykorzystaliśmy też radio i reklamę OOH, w tym 12 tysięcy paczkomatów w całej Polsce, na których wyświetlana była 7-sekundowa wersja filmu.
- * Wszystkie te materiały zachęcały do wpłat, których można było dokonać online, jak również za pomocą kwitów dołączanych za pośrednictwem direct mailingu. Stali darczyńcy otrzymali coś ekstra – list z podziękowaniami za dotychczasowe wsparcie wraz z upominkiem.
- * Wisienką na naszym kampanijnym torcie były działania w social media i digitalu, gdzie wykorzystaliśmy formaty wideo i statyczne.



podarujwigilie.pl

Stowarzyszenie
mali bracia Ubogich
pomoc dla starszych



ZOBACZ SPOT



TO JEST ANCYMON,
DO KTÓREGO MOŻNA
WYSYŁAĆ BRIEFY

BUSINESS
DEVELOPMENT
DIRECTOR

Michał Ciecianiak

m.ciecianiak@ancy.pl
603 105 006