

Przykład polskiej firmy All Promote pokazuje, że nawet w tak trudnej branży jak reklama outdoorowa, zdarzają się perełki. O innowacyjnym pomysle zrodzonym obserwacji oraz o pasji rozmawiamy z Marcinem Czubakiem, prezesem All Promote.



Innowacje na - zdawało by się - zamkniętym polu wielkopowierzchniowej reklamy zewnętrznej są

niezwykle trudne do wdrożenia?

Tak, to prawda. Ale nie, gdy ma się pomysł.

To znaczy?

Proszę sobie przypomnieć ostatnią drogę przez średniej wielkości miasto. Wszędzie billboardy opisane „do wynajęcia”, „wynajmę”. Takie miejsca reklamowe jedynie szpecą i nie zachęcają do umieszczenia reklamy. Pomysł na nośnik opatentowałem i produkt znany na rynku jako Silverboard włączyłem w ofertę All Promote.

Jaki był odzew rynku?

Bardzo pozytywny. Zaczęliśmy otrzymywać zapytania zarówno od dużych domów mediowych jak i bezpośrednio od klientów. Dla jednych i drugich najważniejsza była możliwość dostosowania dedykowanych kampanii poszczególnym typom nabywców. Przykładowo: dla ogólnopolskiej szkoły językowej ważne będzie umieszczenie swojej reklamy w miejscach, gdzie przebywa młodzież, z kolei miejskim klubom sportowym zależy na informowaniu o meczu na terenie miasta. W takich przypadkach Silverboard jest niezastąpiony. Co ważne dla naszych kontrahentów, pracujemy na terenie całego kraju. Jesteśmy obecni w miastach wojewódzkich, powiatowych i gminnych, ale nie boimy się również zleceń w miejscowościach, które mają kilkuset mieszkańców. Coraz większa grupa reklamodawców dostrzega fakt, że z reklamą outdoorową warto wychodzić poza duże miasta i to jest, z naszego punktu widzenia, niezwykle interesujące.

Idealnie dopasowane do potrzeb klienta...

Tak. A po zakończonej kampanii całość demontujemy. Nie zostaje pusta rama jak w przypadkach standardowych billboardów. 386 obsługiwanych miast, 10 000 pozyskanych miejsc reklamowych, 2000 przenośnych Silverboardów. Kilkudziesięciu zadowolonych

klientów oraz wiele zrealizowanych kampanii – zarówno lokalnych jak i ogólnopolskich. A to wszystko od 2014 roku, kiedy swój pomysł zacząłem wprowadzać w życie.

Nie sposób nie zapytać o piłkę w pańskim życiu. Widzę na ścianie pańskiego biura mnóstwo koszulek piłkarskich.

(Śmiech) To moja pasja. Kiedyś grałem amatorsko. Jeszcze kilka lat temu grałem w reprezentacji TVP. Niestety, przez kontuzję musiałem bezpowrotnie zejść z boiska, ale chętnie zasiadam na trybunach – najchętniej warszawskiej Legii. Nie są mi obce również emocje przeżywane podczas spotkań naszej reprezentacji. Bardzo się cieszę, że moja praca pozwala mi również na wspieranie tych, którzy jeszcze mogą aktywnie uprawiać sport. Trzeci sezon z rzędu jesteśmy oficjalnym sponsorem I ligowej drużyny futsalowej AZS Uniwersytet Warszawski. Od obecnego sezonu All Promote jest też oficjalnym partnerem Futsal Ekstraklasy, organizatora najwyższej ligi halowej piłki nożnej w Polsce.

Wsparcie studentów to nie jedyna forma pańskiej działalności na rzecz innych...

Większość wiszących tu koszulek wylicytowałem podczas różnych aukcji charytatywnych. Cieszę się, że odnosząc sukces zawodowy mogę wesprzeć kogoś w potrzebie. Dla niektórych te pieniądze to szansa na lepsze życie, dojście do pełni sił.

Jakie są pańskie plany na najbliższe lata?

Świadomość, że firma ma jedynie polski kapitał jest dla mnie najistotniejsza więc nie planuję wprowadzania udziałowców. Zrównoważony rozwój firmy oraz dalsze wsparcie potrzebujących oraz sportowców, studentów są dla mnie priorytetem. W 2018 roku planujemy stworzenie ośrodków regionalnej sprzedaży oraz organizację działu New

Silverboard, czyli patent na skuteczną reklamę

businessu, na miejscu, w Warszawie.