



LoveBrands  
Relations

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 08.12.2014

## LoveBrands Relations *powered by* Grandes Kochonos

**Nowa agencja strategicznej komunikacji marketingowej:**

Content marketing - PR - Social Media – Eventy – Digital

**LoveBrands to marki, które dostarczają klientom nie tylko określone produkty lub usługi, ale także konkretne emocje i przeżycia. Efektywność komunikacyjną osiągają łącząc komunikację ATL, PR i Digital w ramach zintegrowanych strategii marketingowych. Rozumiejąc tę potrzebę Grandes Kochonos stworzyło nowy podmiot w swojej grupie. LoveBrands Relations *powered by* Grandes Kochonos to agencja strategicznej komunikacji marketingowej, która poprzez działania content marketingowe w mediach tradycyjnych i społecznościowych wspierać będzie budowę trwałych relacji marek z otoczeniem.**

LoveBrands Relations wierzy w siłę marketingu emocjonalnego, który koncentruje się na pokazaniu ludzkiej twarzy marki czy firmy i wzbudzeniu do niej zaufania poprzez działania wizerunkowe wsparte strategicznym content marketingiem.

Do tej pory, w powszechnym postrzeganiu, ekspertami od content marketingu były agencje PR. Nie zawsze jednak potrafiły one ubrać wygenerowany przez siebie content w atrakcyjną od strony wizualnej formę. W tym właśnie potencjał rynkowy i szansę na rozwój upatruje Grandes Kochonos – agencja reklamowa, której największą siłą jest kreacja i umiejętność przełożenia jej na efektywne kampanie komunikacyjne. Firma wielokrotnie udowodniła swoje kompetencje w tym zakresie, czego dowodem jest chociażby zdobyte w 2014 roku Złote Effie za kampanię dla marki Play i w 2012 roku Brązowe Effie za kampanię dla firmy ING Życie .

*„W świecie, w którym najskuteczniejsze okazują się zintegrowane strategie marketingowe, podział na agencje reklamowe, agencje PR, agencje digitalowe i domy mediowe traci swoje uzasadnienie. Po briefach klientów widać, że oczekują oni od agencji większej wszechstronności i zrozumienia dla różnych kanałów komunikacyjnych – także tych społecznościowych” – tłumaczy Jacek Stalewski, prezes Grandes Kochonos. „Elementem łączącym te kanały stał się wartościowy, z punktu widzenia odbiorców, content w atrakcyjnym opakowaniu” - kontynuuje.*



LoveBrands  
Relations

To dlatego Grandes Kochonos zdecydowało się połączyć siły z uznanymi w branży PR ekspertami, by stworzyć nową spółkę LoveBrands Relations, która zaoferuje klientom strategiczne doradztwo w zakresie zintegrowanych strategii marketingowych, wykorzystujących content marketing.

*„W LoveBrands Relations łączymy kompetencje agencji PR, związane z budowaniem relacji z otoczeniem, z kompetencjami butiku kreatywnego oraz know-how agencji digitalowej. Chcemy wpływać na odbiorców zarówno przekazem wizualnym, jak i słowem oraz kierować komunikat niemal personalnie.”* – tłumaczy Dorota Bieniek-Kaska, prezes LoveBrands Relations. *„Firma specjalizować się będzie w działaniach na rzecz marek i firm, które już są „LoveBrands”, ale pragniemy także skierować swoją ofertę do podmiotów, które aspirują do bycia „LoveBrand” w swojej kategorii.”* - dodaje.

Joanna Niemiec - Głuszczyżyn, wiceprezes LoveBrands Relations i jej główny strateg, zwraca także uwagę na inny aspekt działalności nowej agencji - *„LoveBrand’em może być nie tylko marka, ale także firma. Na jej wizerunek wpływa to, jak kształtują się jej relacje z klientami, ale też pracownikami, partnerami biznesowymi, czy lokalnymi społecznościami. W LoveBrands Relations mamy tego świadomość, dlatego naszym klientom oferujemy także doradztwo w zakresie strategii odpowiedzialności biznesu (CSR), komunikację korporacyjną, czy employer branding.”*

Zarówno Joanna Niemiec, jak i Dorota Bieniek-Kaska wywodzą się z agencji Multi Communications. Dorota Bieniek-Kaska przez ostatnie 7 lat pełniła w niej rolę dyrektora departamentu PR, a wcześniej przez 10 lat pełniła funkcję dyrektora marketingu i edukacji w Zepter International. Joanna Niemiec – Głuszczyżyn przez ostatnie 4 lata w Multi Communications pełniła rolę dyrektora strategicznego i dyrektora działu consumer communications, a wcześniej przez 4 lata pracowała, jako dyrektor działu Brand PR w sieciowej agencji Hill & Knowlton (obecnie H+K Strategies). Praca w tych firmach umożliwiła obu Paniom zebranie doświadczeń w pracy na rzecz światowych i polskich „LoveBrands”, takich jak np. ING Życie, Martini, Pepsi, Durex, KFC, Żywiec Zdrój, Okocim czy Grolsch. Łącząc się z Grandes Kochonos zyskują dodatkowo zaplecze kreatywne i know-how, który firma ta wyniosła z pracy dla innych „LoveBrands” m.in. Play, Wedel, Tesco czy Lech.

Dodatkowe informacje:

Dorota Bieniek-Kaska  
[dorota.bieniek@lbrelations.pl](mailto:dorota.bieniek@lbrelations.pl)  
+48 881 540 990

Joanna Niemiec  
[joanna.niemiec@lbrelations.pl](mailto:joanna.niemiec@lbrelations.pl)  
+48 570 840 475

---

LB Relations Sp z o.o.  
ul. Stefana Czarnieckiego 10  
01-511 Warszawa  
tel. 22 839 83 60

[www.lbrelations.pl](http://www.lbrelations.pl)



LoveBrands  
Relations