

Change Serviceplan i MassiveMusic Warsaw tworzą identyfikację dźwiękową BLIKA

Należąca do Group One agencja kreatywna Change Serviceplan, we współpracy z MassiveMusic Warsaw, odpowiada za stworzenie nowej, kompleksowej identyfikacji dźwiękowej dla marki BLIK. Realizowane działania mają na celu umocnienie wizerunku i tożsamości marki BLIK w pamięci konsumentów, jako marki nowoczesnej, szybkiej i bezpiecznej. Unikalne brzmienie będzie towarzyszyć użytkownikom w kluczowych momentach interakcji z BLIKIEM i jest odpowiedzią na rosnącą rolę audio w budowaniu doświadczeń konsumenckich.

Celem nowej identyfikacji dźwiękowej jest nie tylko wyróżnienie marki, ale przede wszystkim stworzenie spójnego i zapamiętywalnego ekosystemu dźwiękowego. Kluczowymi elementami sonic branding są m.in. Sonic Logo w dwóch aranżacjach oraz 90-sekundowy utwór Sonic DNA Track.

- „Wprowadzenie dedykowanego sonic branding to ważny i naturalny etap w ewolucji marki. Jako agencja jesteśmy odpowiedzialni za komunikację BLIKA już od 10 lat i przez cały ten czas nie tylko reagowaliśmy na bieżące potrzeby, ale przede wszystkim aktywnie współtworzyliśmy kierunki jej rozwoju, pomagając wprowadzać zmiany, które ukształtowały markę jako dzisiejszy love brand. Stworzenie unikalnej identyfikacji dźwiękowej jest kontynuacją tej drogi. Muzyka od zawsze była integralną częścią komunikacji BLIKA, podkreślając jego lifestyle'owy i pozytywny charakter. To strategiczne działanie dla marki, które jeszcze mocniej zakorzeni ją w świadomości konsumentów” – mówi **Michał Tyburcy, Business Director, Change Serviceplan**.

Podstawą do stworzenia nowej identyfikacji dźwiękowej była dogłębna analiza dotychczasowego brzmienia BLIKA oraz rozwiązań stosowanych na rynku. Takie podejście pozwoliło na stworzenie dźwięków, które nie tylko budują bardziej immersyjne doświadczenia z marką, ale także zwiększają jej rozpoznawalność w sferze audio.

- „Znalezienie odpowiedniego brzmienia dla marki takiej jak BLIK nie było oczywiste. Szukaliśmy kompromisu między nowoczesnym brzmieniem, a dźwiękami, które – podobnie jak sama marka – są dostępne i zrozumiałe dla wszystkich. Dlatego w procesie tworzenia identyfikacji dźwiękowej skupiliśmy się na koncepcji kreatywnej, w której cechy marki zostały odzwierciedlone

CHANGESERVICEPLAN ■

jako nowoczesny popowy zespół muzyczny. Każdy instrument odpowiada konkretnej wartości” – komentuje **Mateusz Szmigiero, Executive Creative Director, MassiveMusic Warsaw.**

Nowy sonic branding BLIKA został premierowo wykorzystany w spocie z udziałem Eryka Lubosa, który powstał w ramach szerokoksięgowej kampanii marki promującej nową usługę “Płatności Powtarzalne BLIK”.

Za strategię i nadzór nad wdrożeniem nowej identyfikacji dźwiękowej odpowiada agencja Change Serviceplan. Koncepcję kreatywną oraz produkcję wszystkich zasobów dźwiękowych zrealizowała agencja MassiveMusic Warsaw.

Change Serviceplan

Od 2008 r. pomagamy budować i rozwijać silne marki. Strategia komunikacji, kreacja kampanii i tworzenie treści reklamowych, UX i brand design – to nasza codzienność i pasja. Nazwa zobowiązuje, więc nieustannie poszukujemy nowych wyzwań i zmieniamy się, żeby im sprostać. Naszą specjalnością jest budowanie długofalowych platform komunikacyjnych (m.in. BLIK, Bank Millennium, BMW, MINI, Mlekopol, Intersnack, Abbott, CCC, Heinz Pudliszki), a naszą siłą – mocny lokalny rodowód, od 2016 r. wspierany przez Serviceplan – największą niezależną grupę komunikacji marketingowej w Europie. Nasze kampanie zdobyły ponad 81 nagród za skuteczność i kreatywność, w tym m.in. 2 Cannes Lions, 16 Golden Drums, 20 Effie Awards, 4 Złote Spinacze.

Dodatkowe informacje:

Szymon Ślęzak | Senior PR & Creative Specialist Group One

szymon.slezak@groupone.com.pl | +48 539 090 705



CHANGESERVICEPLAN ■

getlouder!



MEDIAPLUS ■

MEDIAready°

TechNest



LABCON
RELEVANT STORIES



sales tube

ValueMedic

SERVICEPLAN
HEALTH

grownow

