

**Group One łączy kompetencje strategiczne.
Zespoły strategii agencji kreatywnych i mediowych
pod kierownictwem Rafała Wachnika**

Group One integruje kompetencje strategiczne z obszarów mediowych i kreatywnych w jeden zespół działający na poziomie całej grupy. Pokieruje nim Rafał Wachnik, dotychczasowy Managing Director Value Media, który obejmuje stanowisko Chief Strategy Officer w Group One. Zmiana jest kolejnym etapem transformacji grupy i rozwoju [DCSN.ONE](#) – autorskiego Systemu Decyzyjnego Group One, wspierającego podejmowanie lepszych decyzji biznesowych na styku danych, mediów i kreacji.

Na czele zespołu strategii Group One stoi Rafał Wachnik, jeden z najbardziej doświadczonych strategów na polskim rynku. Z branżą reklamową jest związany od ponad 20 lat. Karierę rozpoczynał w Starcomie, a następnie w Publicis Media pełnił funkcję Head of Strategy, pracując m.in. dla takich klientów jak: Allianz, Warty, Fiata, Jaguara, Land Rovera, Allegro, Samsunga i Google.

W 2017 roku dołączył do Value Media jako Chief Strategy Officer, odpowiadając za projekty łączące media, dane oraz technologię. Od 2021 roku jako Managing Director kierował agencją, odpowiadając za rozwój jej podejścia strategicznego i analitycznego oraz współpracę z kluczowymi klientami. Pod jego kierownictwem Value Media zdobyło w 2022 roku tytuły Domu Mediowego Roku magazynu „Media Marketing Polska” oraz Sukcesu Roku w „Panoramie Reklamy” magazynu „Press”, a także dwukrotnie zajęło pierwsze miejsce w rankingu RECMA.

- „Jako dyrektor zarządzający Value Media, Rafał pracował na co dzień bardzo blisko decyzji biznesowych klientów, ich celów sprzedażowych, budżetów i priorytetów zarządów. Razem z zespołem projektował i wdrażał pozytywną zmianę biznesową największych reklamodawców na polskim rynku, takich jakich jak Żabka, Orange czy Media Expert. To doświadczenie przenosi teraz na poziom całej grupy. Zespół strategii, którym będzie zarządzał, połączy kompetencje mediowe i kreatywne na najbardziej wstępnym etapie współpracy z klientem. To oznacza jeszcze lepsze decyzje biznesowe, podejmowane szybciej niż rynek” – mówi Kamil Wiszowaty, Managing Partner i CBO Group One.

Zmiana jest elementem szerszego podejścia Group One do roli Futureproof Partnera dla klientów grupy. Zespół ma włączać się w proces jeszcze przed powstaniem briefu komunikacyjnego – od diagnozy sytuacji biznesowej, identyfikacji obszarów niewykorzystanego potencjału wzrostu i określenia priorytetów, po wybór właściwych działań marketingowych, narzędzi i technologii.

- *"Integracja działów strategii w jedną strukturę to odpowiedź na paradoks, z którym mierzy się dziś każdy zarząd. AI i dane miały być paliwem dla trafnych decyzji, a stały się ich hamulcem: nigdy nie mieliśmy tylu dashboardów, narzędzi i agentów AI, a wybór tego, co naprawdę należy zrobić, nigdy nie był trudniejszy. Do tego każdy partner zaczyna od prośby o brief, choć brief to już zestaw gotowych odpowiedzi, a klient często wciąż szuka właściwych pytań. Strategia Group One, łącząca kompetencje grupy w spójną biznesową rekomendację i mapę transformacji, powinna być partnerem klienta już na tym etapie. Bierzemy na siebie złożoność, a klient dostaje to, czego naprawdę potrzebuje: mniej szumu, mniej zgadywania i więcej dobrych decyzji"* - mówi Rafał Wachnik, Chief Strategy Officer Group One.

Podstawą tego podejścia jest DCSN.ONE, autorski System Decyzyjny Group One, który łączy perspektywę danych i technologii, kreacji oraz mediów. Jego zadaniem jest stworzenie wspólnego punktu wyjścia dla strategii i uporządkowanie decyzji dotyczących tego, gdzie znajduje się największy potencjał biznesowy i jakie działania mogą go w pełni wykorzystać.

Group One jest największą polską grupą MarTech, funkcjonującą na rynku od 2013 roku. Pod jednym dachem łączy strategię, media, kreację, e-commerce i technologię, wciąż inwestując w rozwój nowych kompetencji. Stawia na synergii działań marketingowo-technologicznych jako One Team, tworząc dziś 14 spółek, które zatrudniają już ponad 850 osób.

Do Group One należą 4 domy mediowe: Value Media – zdobywca pozycji "Dominant" oraz pierwszego miejsca w trzech kategoriach (Vitality, New Business, Client Portfolio Growth) w światowym rankingu RECMA oraz tytułu "Dom Mediowy Roku 2022" wg MMP; MediaPlus – zdobywca tytułu Sukces Roku 2020 oraz Zaufanie roku 2018 & 2019 Magazynu Press oraz zdobywca pozycji dominującej i pierwszego miejsca w 3 kategoriach (Vitality, New Business, Client Portfolio Growth) w rankingu RECMA; RL Media – stworzony z udziałem Roberta Lewandowskiego; Media Republic – gwarantujący swoim klientom innowacyjne i oparte na badaniach konsumenckich podejście do planowania mediów; 3 full serwisowe agencje kreatywne: Change Serviceplan – zdobywca dwóch nagród na Cannes Lions; Labcon – nagradzana w takich konkursach jak Effie Awards, MIXX Awards, Innovation Awards oraz Złote Spinacze i GONG – wyróżniona tytułem Interaktywnej Agencji Roku 2014, 2015, 2018 i 2019; spółka MarTech & e-commerce Salestube – zdobywca pełnej certyfikacji Google Marketing Platform i tytułu Google Analytics Certified Partner potwierdzających najwyższe kompetencje analityczne; Plan.Net TechNest – globalny hub ekspercki dostarczający klientom kompetencje z zakresu analityki, technologii i contentu; Grow Now – agencja specjalizująca się w kompleksowym wprowadzaniu marek na marketplace'y; HAIQ Pictures (video content masters) – agencja, specjalizująca się w tworzeniu kreatywnego contentu video; Game Changer – spółka specjalizująca się w

obszarach marketingu przyszłości: gamingu, e-sporcie, metaverse, NFT, kryptowalutach oraz UNMUTE, która jako ekspert od inkluzywności w biznesie wspiera firmy, marki i inne podmioty komercyjne oraz środowisko osób z niepełnosprawnościami (OzN) w skutecznej walce ze wszelkimi aspektami wykluczenia OzN.

Dodatkowe informacje:

Anna Łada-Grodzicka | Senior PR Consultant Group One

anna.lada-grodzicka@groupone.com.pl | +48 452 484 127