





**03**

Szwajcarska jakość  
amerykańska skala

**04**

Nasze marki

**06**

Nasz zespół

**08**

Trzy nowe marki

**12**

Polowanie na marzenia

**14**

Sieć sprzedaży

**16**

Event marketing

**18**

Działania marketingowe

**22**

Współpraca jest kluczem  
do sukcesu

**24**

Nowatorska koncepcja  
przywództwa

**26**

Jak zmienił się e-commerce  
w 2022 roku?

# szwajcarska jakość amerykańska skala

Grzegorz Rożalski

Wyznaczanie nowych trendów spędzania czasu wolnego stawia przed naszym zespołem nowe wyzwania. W odpowiedzi na wymagający rynek podnosimy poprzeczkę coraz wyżej, wychodząc naprzeciw klientom i ich potrzebom, nawet tym, o których jeszcze nie wiedzą. Takie działania powodują ciągły i dynamiczny rozwój, nie tylko spółki i jej marek, ale przede wszystkim zespołu Emotivo. To właśnie Ci ludzie stają twarzą w twarz z największym wyzwaniem, które wyznaczyliśmy — połączeniem szwajcarskich standardów jakości z amerykańską skalą we wszystkich naszych działaniach.

W 2022 roku nie tylko utrzymaliśmy trend dynamicznego rozwoju w Prezentmarzeń, exp-pro i Go-Racing, ale także zebraliśmy pierwsze owoce naszych nowych projektów: Funzeum, Formula Drive oraz Poligon4x4. Funzeum, czyli Muzeum Światła i Koloru w Gliwicach dołączyło do grona największych obiektów edukacyjno-rozrywkowych w Polsce. Formula Drive jako pierwsza w naszym



kraju wprowadziła komercyjne jazdy bolidami F1 oraz bolidami Formuły Renault 2.0. Poligon4x4 staje się największym, profesjonalnym Offroad Parkiem w Polsce o trzech torach i trasach. Zwieńczeniem działań nad nowymi markami były eventy “Wielkie Otwarcie Funzeum” (podczas którego wsparliśmy Polską Akcję Humanitarną), “Formula Drive — Poprowadź Bolid F1” oraz nadchodzący w kwietniu 2023 event “Offroad Gwiazd 2023” (podczas którego wesprzemy zbiórkę charytatywną).

W 2023 roku czekają na nas ko-

lejne wyzwania — restrukturyzacja w firmie, rozwój działań Prezentmarzeń na nowym modelu pracy, podwyższenie kwalifikacji kadry menadżerskiej, nowa strona internetowa Go-Racing, dynamiczna ekspansja sieci sprzedaży Prezentmarzeń oraz dwa duże eventy — druga edycja “Formula Drive — Poprowadź Bolid F1” i charytatywny “Offroad Gwiazd 2023”. Wszystko to, aby Polacy mogli przeżywać jeszcze więcej, jeszcze bardziej i jeszcze lepiej.

# nasze marki

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

2009

2014

2019



## Prezentmarzeń

Lider na polskim rynku prezentów w formie przeżyć. Na przestrzeni ostatnich blisko 14 lat spełniliśmy marzenia kilkuset tysięcy Polaków. Współpracujemy z 1570 dostawcami usług w ponad 2000 lokalizacji na terenie Polski.

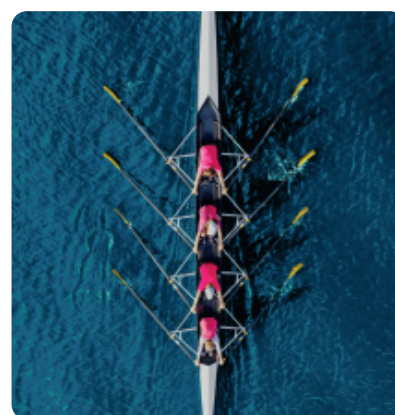
[www.prezentmarzen.com](http://www.prezentmarzen.com)



## GO RACING

Go-Racing to marka stworzona z pasji do motoryzacji. Specjalizuje się w organizacji motoryzacyjnych eventów firmowych, jak również imprez samochodowych dla klientów indywidualnych.

[www.go-racing.pl](http://www.go-racing.pl)



## exp·pro

Exp-pro to marka dostarczająca skuteczne rozwiązania w sektorze zarządzania zasobami ludzkimi. Wyznaczamy nową jakość w obrębie świadczeń pozapłacowych.

[www.exp-pro.pl](http://www.exp-pro.pl)





# emotivo

2022

2022

2023



**FUNZEUM**

Funzeum to interaktywne muzeum z pogranicza sztuki, fizyki i chemii, gdzie nauka i dobra zabawa spotykają się w jednym miejscu. Funzeum to prawie 4000 metrów kwadratowych rozrywki i edukacji. Obiekt znajduje się w Gliwicach.

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



**FORMULA  
DRIVE**

W 2022 roku branża eventowa powoli zaczęła się otwierać. Po przerwie związanej z pandemią mogliśmy znów organizować wydarzenia w świecie offline, dostarczając wiele radości z bezpośrednich kontaktów.

[www.formula-drive.pl](http://www.formula-drive.pl)



**POLIGÓN 4x4  
OFF ROAD PARK**

Największy profesjonalny Offroad Park w Polsce. Jego głównym elementem jest Tor Prezentacyjno-Treningowy, zaprojektowany z myślą o testach i prezentacjach pojazdów. Znajduje się w Górze Kalwarii (pod Warszawą).

[www.poligon4x4.pl](http://www.poligon4x4.pl)

# nasz zespół



**Grzegorz Rożalski**  
Prezes



**Kornel Piesio**  
Członek Zarządu



**Tomasz Błaszczuk**  
Kierownik B2B



**Piotr Wolski**  
B2B Manager



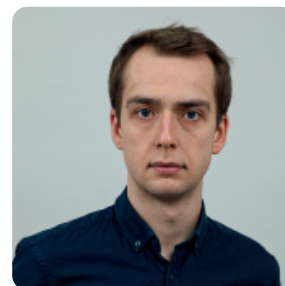
**Katarzyna Gromaszek**  
B2B Manager



**Maciej Mazur**  
Kierownik Dz. Produktu



**Milena Sumorek**  
Manager Produktu



**Piotr Jaśkowski**  
Młodszy Manager Produktu



**Karolina Jeżyna**  
Młodszy Manager Produktu



**Stanisław Zakrzewski**  
Dyrektor ds. Ekspansji



**Dominik Wójcik**  
Kierownik Dz. IT



**Dawid Czopek**  
Project Manager



**Michał Kawka**  
Kierownik Obiektu Poligon4x4



**Michał Krason**  
Marketing Manager



**Adam Nowakowski**  
Marketing Manager



**Sergiusz Wałaszkiwicz**  
Creative Manager



**Aleksandra Skrzyńska**  
Specjalista ds. Marketingu



**Weronika Janus**  
Specjalista ds. Social Media



**Piotr Prażmowski**  
Kierownik Dz. Graficznego



**Rafał Zamojski**  
E-Commerce Manager



**Aleksander Polinkiewicz**  
Kierownik ds. SEO



**Anna Wais**  
Kierownik Dz. Redakcyjnego



**Dorota Pietrzak**  
Kierownik BOK





# TRZY

## NOWE MARKI

Michał Krasoń  
Sergiusz Wałaszkiwicz

**R**ok 2022 dla Działu Rozwoju Emotivo oraz całej spółki był czasem dość szalonym. Z sukcesem wprowadziliśmy na rynek 3 nowe marki, które obecnie nie mają w Polsce konkurencji i umacniają swoją pozycję rynkową.

### **Funzeum** Muzeum Koloru i Światła

W dniach 26 i 27 lutego 2022 w Gliwicach odbyło się Wielkie Otwarcie Funzeum – interaktywnego muzeum z pogranicza sztuki, fizyki i chemii, gdzie nauka i dobra zabawa spotykają się w jednym miejscu. Funzeum to prawie 4000 metrów kwadratowych rozrywki i edukacji. To największe tego typu miejsce w Polsce, pozwalające uwolnić swoją kreatywność oraz bawić

się światłem i kolorem. Funzeum to obiekt wykorzystujący nowoczesną technologię i tworzący inspirującą przestrzeń do wyrażania siebie. Zwiedzającym oddaliśmy do dyspozycji ponad 50 multisensorycznych instalacji, tworzących różne źródła światła i scenarie do wyjątkowych zdjęć. Kreatywna przestrzeń obiektu ma sprzyjać edukacji oraz zachęcać ich do ekspresji.

W obliczu sytuacji na Ukrainie, otwarcie Funzeum stało się okazją do wsparcia i gestów solidarności dla naszych sąsiadów z Ukrainy. Postanowiliśmy przekazać cały dochód z otwarcia na zbiórkę „SOS Ukraina” realizowaną przez Polską Akcję Humanitarną oraz stworzyć specjalną strefę, w której zwiedzający mogli okazać wsparcie naszym sąsiadom. Akcja spotkała się

z niezwykle ciepłym przyjęciem, a obiekt w pierwszy weekend odwiedziło 2,3 tys. osób. Wśród odwiedzających podczas Wielkiego Otwarcia nie zabrakło zarówno rodzin z dziećmi, jak również młodzieży i osób dorosłych, chcących przekonać się, co ma do zaoferowanie nowy obiekt edukacyjno-rozrywkowy na mapie Śląska. Część z nich przybyła do Funzeum, aby w jego przestrzeni spotkać także ulubionych influencerów m.in.: @Martirenti, @Saszan, @Dry.Risers i wielu innych.

Pierwsze Funzeum zlokalizowane jest w Gliwicach w Centrum Handlowym Europa Centralna i jest pierwszą w Polsce tak dużą interaktywną ekspozycją, pokazującą funkcjonowanie poszczególnych zjawisk związanych ze światłem i kolorem.



## Jako pierwsi w Polsce wprowadziliśmy jazdy bolidami F1

Zaraz po Wielkim Otwarcu Funzeum, przystąpiliśmy do prac nad wprowadzeniem kolejnej marki na rynek, mianowicie Formula Drive. W dniach 2-4 czerwca i 9-11 lipca 2022 roku na torze wyścigowym Silesia Ring w Kamieniu Śląskim odbył się pierwszy w Polsce event „Formula Drive – Poprowadź Bolid F1”.

Formula Drive była wydarzeniem dla prawdziwych fanów motoryzacji oraz niecodzienną okazją, aby poprowadzić bolidy F1 Williams FW29 oraz Formuły Renault 2.0 lub skorzystać jako pasażer z jazdy BMW Sauber F1.06 X2 z kierowcą wyścigowym.

Podczas Pierwszej Edycji „Formula Drive – Poprowadź Bolid F1” zostało zrealizowanych ponad 320 jazd bolidami F1 Williams FW29, BMW Sauber F1.06 X2 oraz Formuły Renault 2.0. Udział w wydarzeniu wzięło ponad 135 uczestników.



## Największy w Polsce profesjonalny Offroad Park Poligon4x4

Poligon4x4 znajduje się w Górze Kalwarii, w samym centrum Polski. Jest to profesjonalny Offroad Park z największym Torem Prezentacyjno-Treningowym. Stworzony został we współpracy z licencjonowanymi instruktorami. Zaprojektowany z myślą o testach i prezentacjach pojazdów oraz rozwiązań branży automotive i dealerów aut.

Usytuowany jest w idealnej i łatwo dostępnej lokalizacji blisko Warszawy – Górze Kalwarii. Posiada aż 3

niezależne trasy i tory, stworzone z myślą o profesjonalistach, lecz zaprojektowane z naciskiem na bezpieczeństwo również początkujących. Oficjalne otwarcie obiektu planowane jest w połowie kwietnia 2023 roku.

Choć obiekt jest jeszcze w budowie, to w ogólnopolskich mediach pojawiły się już pierwsze informacje o Poligon4x4. Przykładem mogą być publikacje i audycje radiowe w takich mediach jak: Wirtualna Polska, autokult.pl, autocentrum.pl, Polskie Radio Kierowców, motoinfo24.pl, motoprzestrzen.pl czy Wprost.





Pierwsza edycja eventu  
Formula Drive - Poprowadź Bolid F1







Prezentacja medialna Forda Raptora  
event Ford Polska na obiekcie Poligon4x4





# polowanie na **marzenia**

Maciej Mazur

**R**ok 2022 w Dziale Produktu cechował się przede wszystkim niezwykle dużą dynamiką działań. Sytuacja rynkowa, z jaką przyszło nam się mierzyć, mocno definiowała nasze priorytety, dlatego też tym bardziej cieszą nas efekty, jakie udało nam się osiągnąć. W minionym roku udało nam się nawiązać efektywną współpracę z niemal 250 nowymi Wykonawcami oraz wprowadzić na naszą platformę niemal 2000 nowych produktów.

## Wyzwania

Od zawsze staramy się dostarczać bogatą ofertę produktów, która spełni oczekiwania nawet najbardziej wymagających klientów oraz ich obdarowanych prezentem marzeń bliskich. Żeby zrealizować nasze założenia, musimy zwracać uwagę na naprawdę wiele czynników, a jednym z nich jest dopasowanie oferty do zarówno ogólnopolskiego, jak i lokalnego rynku. Każdy rynek - tak samo, jak każdy klient - jest szczególny. I to chyba właśnie było w minionym roku naszym największym wyzwaniem.

## Kontynuacja sukcesu

Rok 2022 ujawnił również wiele sukcesów roku poprzedzającego. Niewątpliwie jednym z największych z nich było wprowadzenie do



Polowanie na Zorzę Polarną | Norwegia

oferty boxów prezentowych, które okazały się doskonałą odpowiedzią na potrzeby rynku. Podsumowanie minionego roku pokazało skalę sukcesu - nasze boxy znalazły się w ścisłej czołówce sprzedaży.

## Spełniamy marzenia, również te odległe

Żeby sprostać oczekiwaniom wszystkich naszych klientów, w minionym roku wprowadziliśmy do oferty wiele niecodziennych prezentów. Jednym z nich jest „Polowanie na Zorzę Polarną”. Jest to idealny prezent dla poszukiwaczy niezapomnianych przeżyć, skierowany zarówno do młodych, jak i seniorów. To w pełni zorganizowana wycieczka do norweskiego Tromsø na całe 4 dni, gdzie poza świetną okazją do zwiedzania największego miasta północnej Norwegii mamy również możliwość

skorzystania z licznych atrakcji regionalnych. Dostajemy tu szansę ujrzeć na własne oczy niezapomnianego zjawiska, jakim jest zorza polarna widziana z wysokości 420 m n. p. m. na tle panoramicznego widoku miasta. Istnieje również alternatywna opcja poszukiwania tego zjawiska podczas wieczornego rejsu po fiordzie przy tradycyjnej norweskiej kolacji rybnej. Wszystko to odbywa się pod okiem doświadczonego pilota wycieczek.

Aktualnie w naszej ofercie posiadamy kilka oryginalnych wycieczek zagranicznych i kilkanaście zorganizowanych wycieczek krajowych, a każda z nich cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem klientów. Jesteśmy przekonani, że rok 2023 okaże się równie owocny, a klienci dalej będą mogli poznawać świat z Prezentmarzeń.





**STRALSUND  
NIEMCY**

[www.moj.pm/stralsund](http://www.moj.pm/stralsund)



**HAMBURG  
NIEMCY**

[www.moj.pm/hamburg](http://www.moj.pm/hamburg)

rok 2022 był również  
rokiem dodania  
do oferty wielu  
**atrakcji i pakietów  
zagranicznych**



**TROLLSTIGEN  
NORWEGIA**

[www.moj.pm/fiordy](http://www.moj.pm/fiordy)



**KOPENHAGA  
DANIA**

[www.moj.pm/kopenhaga](http://www.moj.pm/kopenhaga)



# sieć sprzedaży

Stanisław Zakrzewski

**Z**akończony właśnie 2022 r., był kolejnym dynamicznym okresem, w którym marka Prezentmarzeń mocno się rozwijała na terenie centrów handlowych w Polsce. Wychodząc z okresu COVID-19, mocno zaakcentowaliśmy tak pierwszą, jak i drugą połowę mijającego roku. W pierwszym półroczu 2022 r., otworzyliśmy dwa showrooms

w Bielsku-Białej oraz po jednym w Olsztynie, Białymstoku i Tychach. Ponadto otworzyliśmy kolejne stiska: w Kielcach oraz – wzorowane designersko na warszawskiej Arkadii – we wrocławskiej Wroclavii.

Drugie półrocze rozpoczęliśmy od otwarcia kolejnych sklepów naszej sieci w Atrium Dominikańska we Wrocławiu czy Atrium Reduta w Warszawie, do których z czasem dołączył również otwarty pod koniec roku showroom w Agorze Bytom.

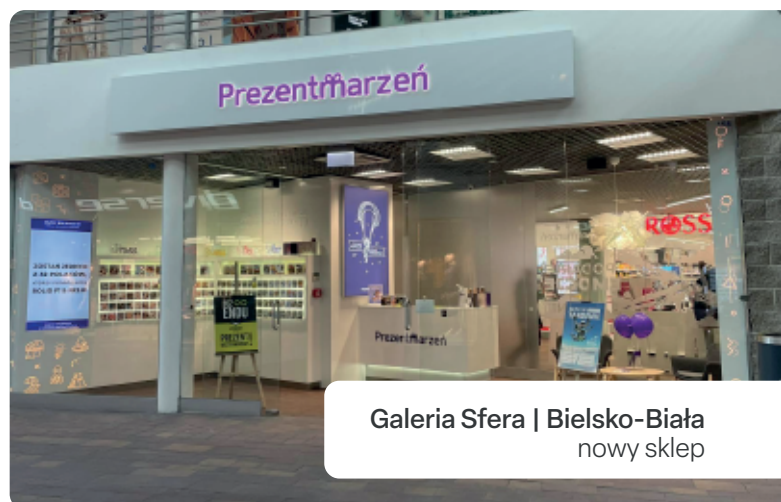
Równocześnie rozwijaliśmy nasze punkty na pasażach centrów handlowych w Polsce. Otworzyliśmy po drugim punkcie w Szczecinie i w Krakowie. Na Pomorzu otworzyliśmy nasz pierwszy punkt w Forum

Gdańsk. W bydgoskim Focusie do naszego showroomu dodaliśmy pod koniec roku również wyspę na pasażu. Z kolei na Mazowszu zadebiutowaliśmy w Wołominie oraz w kolejnym warszawskim centrum handlowym.

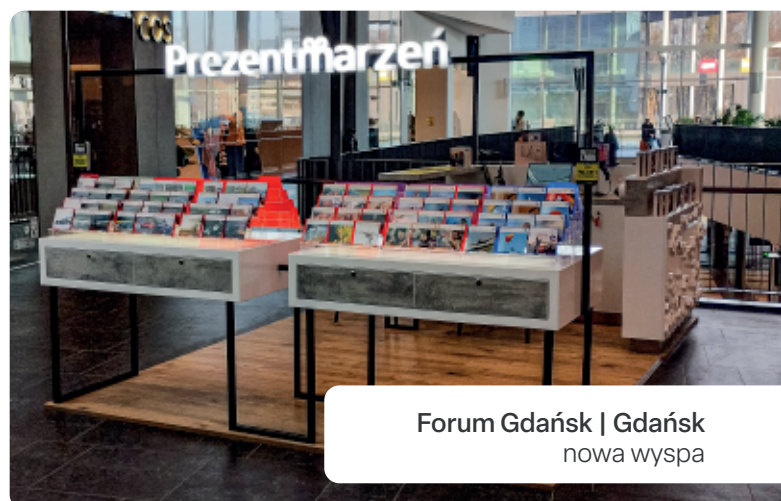
Rok 2022 zakończyliśmy sumą 16 otwarć. Jednocześnie na koniec grudnia 2022 r. mieliśmy już otwarte 43 punkty w centrach handlowych w całej Polsce. Widzimy, iż najlepszym wsparciem dla naszej strategii omnichannel jest rozwój stacjonarnej sieci sprzedaży, stąd równoległa do e-commerce jej mocna rozbudowa. A już niedługo kolejne otwarcia na 2023 rok i dalsze negocjacje nowych lokalizacji tak, aby konsekwentnie być coraz bliżej naszego Klienta.



Atrium Reduta | Warszawa  
nowy sklep



Galeria Sfera | Bielsko-Biała  
nowy sklep



Forum Gdańsk | Gdańsk  
nowa wyspa



# event marketing

Katarzyna Gromaszek

**W** 2022 roku, po przerwie związanej z pandemią mogliśmy znów organizować wydarzenia w świecie offline, dostarczając wiele radości z bezpośrednich kontaktów.

Możliwość organizowania eventów w świecie realnym dała nam szansę odbudowania wielu zacierających się relacji międzyludzkich. Wróciły spotkania face to face – ludzie w końcu mogli odpocząć od technologii i spotkań wirtualnych, których w okresie lockdownu mieli przesyt.

## **Branża eventowa, w której kreatywność musi sięgać zenitu**

Każdy organizowany przez nas event, szyty jest na miarę firmy. Nie działamy szablonowo – dlatego tak ważne dla nas jest poznanie ludzi, dla których mamy stworzyć wyjątkowe spotkanie. Zadaniem eventu jest wzbudzenie pozytywnych emocji, zacieśnianie więzi pomiędzy uczestnikami, aktywizowanie ich do wspólnego działania tak, aby po zakończonym spotkaniu pozostawić efekt „WOW! TO BYŁO NIESAMOWITE!”.

Rok 2022 rozpoczęliśmy od poszerzenia swoich kwalifikacji na płaszczyźnie organizacji eventów – nasza firma kładzie duży nacisk na wysoką jakość oferowanych usług.



W maju 2022 roku wraz z firmą Aliplast spotkaliśmy się na 3-dniowym wyjeździe integracyjnym pracowników firmy nad Soliną. Po długiej podróży przywitaliśmy Gości kolacją wraz z konferencją. Kolejny dzień uczestnicy spędzili zaś na regatach, podczas których mieli do wykonania określone zadania. Zacieśnianie więzi międzyludzkich oraz zdrowa rywalizacja to podstawa w każdej organizacji.

W czerwcu 2022 roku zorganizowaliśmy pierwszą edycję eventu Formula Drive – Poprowadź Bolid F1. Event odbył się w Kamieniu Śląskim na Torze Silesia Ring. To prawdziwa gratka dla fanów motoryzacji oraz niecodzienna okazja, aby zostać kierowcą legendarnego bolidu F1 Mod Williams F29. Emocje, które towarzyszyły uczestnikom oraz całej naszej ekipie pracującej przy realizacji tego przedsięwzięcia są nie do opisanego – to trzeba przeżyć!

Podczas pierwszej edycji eventu Formula Drive - Poprowadź Bolid F1 aż 60 osób skorzystało z możliwości spełnienia swojego marzenia o wcieleniu się w rolę kierowcy wyścigowego! Uśmiechy na ich

twarzach, jakie wywołał rozpędzający się do 350 km/h bolid, dały nam co najmniej 60 powodów, aby w tym roku powtórzyć ten niesamowity event.

Rok 2022 to również rok nowych projektów, a jednym z nich jest Polygon4x4 – największy polski, profesjonalny Offroad Park mieszczący się w Górze Kalwarii. Mieliśmy przyjemność gościć na nim jednego z wiodących producentów opon w Europie – Continental. Uczestnicy eventu pokonywali trasy offroadowe w aż 22 autach. Niemożliwe dla nas nie istnieje.

Sezon na szybkie auta zakończyliśmy w listopadzie eventem firm Budweg oraz Textar, który odbył się na Torze Jastrzęb. Podczas całonocnego spotkania uczestnicy odbyli jazdy 3 sportowymi samochodami, zaś niecodzienna możliwość przebywania w wirtualnym świecie, który stworzyła firma Textar, była dodatkową atrakcją.

**Mówi się, że najpiękniejsze są te marzenia, których jeszcze nie zrealizowaliśmy...  
I tutaj pojawiają się my !**





event zorganizowany  
przez exp-pro dla  
**Budweg i Textar**





# podsumowanie marketingowe

Dział Marketingu, Dział Rozwoju

**W** każdym kolejnym roku za cel stawiamy sobie dotrzeć do jeszcze większej liczby marzycieli oraz osób szukających nieszablonowych form spędzenia czasu wolnego. Chcąc być jeszcze bliżej naszych odbiorców zmieniliśmy strategię komunikacji na mediach społecznościowych oraz aktywnie zaczęliśmy relacjonować wydarzenia, w których braliśmy udział. Ponadto nasze marki jeszcze bardziej i jeszcze częściej pojawiały się w radiach, telewizji, gazetach czy kinach.

## Prezentmarzeń media i kina

Z każdym kolejnym rokiem zwiększamy nasze zasięgi, pozyskując nowych partnerów reklamowych, jednocześnie korzystając z dotychczas pozyskanych i wypracowanych relacji. W celu dotarcia do jak największej liczby odbiorców, swoje działania skupiliśmy głównie na działaniach w radiu, mediach społecznościowych i banerowych przestrzeniach stron www. Przeprowadziliśmy blisko 1300 konkursów, nie licząc tych, które organizowane były na profilach influencerów oraz blogerów, rozdając prawie 10 tys. prezentów w formie przeżyć. Takie działania są najbardziej angażujące dla odbiorców



Współprace Prezentmarzeń z influencerami



oraz pozytywnie wpływają na wizerunek firmy, a dodatkowo podnoszą świadomość marki wśród konsumentów. Jednak konkursy to nie wszystko. Media coraz częściej zapraszają nas do rozmowy na tematy związane z branżą prezentową, turystyczną czy eventową. W wystąpieniach dzielimy się wiedzą dotyczącą naszych klientów, zbierając ją systematycznie za pomocą badań przeprowadzanych na każdą okazję prezentową w ciągu roku.

Dodatkowo, w ramach cyklicznej już współpracy z największymi dystrybutorami filmów, byliśmy partnerem promocji 27 filmów i bajek, w tym m.in. takich tytułów jak Ania czy Święta inaczej. Dzięki temu przeprowadziliśmy wielokanałową promocję w ponad 790 kinach sieci Cinema City oraz rozdaliśmy naszym klientom ponad 15 tys. wejściówek na promowane przez nas filmy. W ramach tylko tej współpra-

cy rozdaliśmy również ponad 500 wejściówek do największych parków rozrywki w Polsce, takich jak Energylandia, Suntago, Mandoria czy Majaland oraz wiele innych emocjonujących prezentów. W tym roku zwiększyliśmy swoje działania o sieć kin studyjnych Kinads, gdzie w kampanii grudniowej przeprowadziliśmy kultowe konkursy happy seats.

## Prezentmarzeń społeczność

W minionym roku z pomocą mediów społecznościowych, zrobiliśmy kolejny krok ku naszym odbiorcom. Chcąc być z nimi w stałym kontakcie, szczególnie relacjonowaliśmy każde wydarzenie, na którym byliśmy obecni. Pojawiliśmy się między innymi na Survival Race Kids, Rajdzie Śląska, Master Truck Show czy evencie Formula Drive - Poprowadź Bolid F1.



Współpraca z wydarzeniem  
Survival Race

Na tym nie koniec – chcąc zwiększyć rozpoznawalność marki Prezentmarzeń, część działań promocyjnych powierzyliśmy influencerom. Dzięki temu na każdym z kanałów (tj. TikTok, YouTube, Instagram czy Facebook) zostawiliśmy swój ślad!

W kolejnym roku chcemy być jeszcze bliżej wszystkich marzycieli. Towarzyszyć im w ważnych momentach, dostarczając treści, które nie tylko zaintrygują, wzruszą czy rozbawią, ale również zmotywują i zapadną w pamięć.

### **Prezentmarzeń wydarzenia**

Podnoszenie jakości czasu wolnego to misja Emotivo, dlatego zorganizowaliśmy szereg działań mających na celu aktywizację ludzi w różnym wieku. Od zajęć sportowych i edukacyjnych dla

dzieci i młodzieży, po wycieczki atrakcyjne dla dorosłych.

Razem z Survival Race przeprowadziliśmy 19 zawodów przełajowych z przeszkodami w całej Polsce, dla dzieci od 3 do 13 lat (Survival Race KIDS) i 2 duże wydarzenia sportowe dla dorosłych (Survival Race). Oprócz tego przybliżyliśmy odczucia i emocje towarzyszące podczas jazdy bolidem F1 wśród młodzieży i dorosłych odwiedzających centra handlowe. Zorganizowaliśmy 11 darmowych micro-eventów, podczas których każdy za darmo mógł skorzystać z symulatora bolidu F1 i choć w przybliżeniu poznać odczucia z jazdy bolidem F1 na torze w Monaco i Silesia Ring pod Opolem. Z naszej atrakcji skorzystało ponad 2700 klientów centrów handlowych w Polsce.

W czasie, gdy poszerzamy ofertę Emotivo o nowe marki, dają-

ce nam bezsprzeczną przewagę konkurencyjną, nie zapomnieliśmy też o naszych dotychczasowych klientach serwisów Prezentmarzeń i Go-Racing. Pragnąc zadbać o klientów atrakcji, w których jesteśmy niekwestionowanym liderem dostępności oferty i sprzedaży, przeprowadziliśmy sezonową akcję zwiększenia komfortu i budowania pozytywnego user experience wśród klientów realizujących skoki spadochronowe. We wszystkich strefach spadochronowych, klienci realizujący marzenia zostali obdarowani praktycznymi samplami, chroniącymi ich od wiatru i słońca. Całoroczne wysiłki zakończyliśmy ekspozycją supersamochodów i bolidów wyścigowych w 10 centrach handlowych. Tym sposobem kolejny rok staraliśmy się inspirować i zachęcać Polaków do aktywności i spełniania marzeń, zwiększając przy tym przywiązanie do marki Prezentmarzeń.



z tego jesteśmy  
**DUMNI**



**540**  
publikacji  
telewizyjnych  
i radiowych



**80**  
współprac  
z kinami



**2125**  
publikacji  
drukowanych  
i online



**1300**  
zorganizowanych  
konkursów



**75**  
publikacji  
video

radio  
**ZET**

**DZIENNIK  
ZACHODNI**

radio **eska**

**TVP SPORT**

tvn **turbo**

RMF  
**MAXX**

 **RZECZPOSPOLITA**

**WP**  
wirtualna polska

**onet.**

 **POLSKIE  
RADIO**

**ANTYRADIO**

**interia**



## osiągnięcia w **Meta Ads**



**2 351 088**

unikalnych  
**użytkowników**

Formula Drive



**2 689 490**

unikalnych  
**użytkowników**

Prezentmarzeń i Go-Racing



**11 037 268**

łącznie  
**wyświetleń**

Formula Drive



**10 340 707**

łącznie  
**wyświetleń**

Prezentmarzeń i Go-Racing

## **Go-Racing** marketing

Najważniejsze wydarzenia marketingowe w 2022 roku, związane były z pierwszym organizowanym w Polsce eventem Formuła Drive - Poprowadź Bolid F1, którego serwis Go-Racing jest jednym z głównych partnerów. Jako jedyni w branży motoryzacyjnej przygotowaliśmy dla klientów aż 1000 wejściówek, które rozdawaliśmy przez okres świąteczny do każdego złożonego zamówienia. Dzięki tej akcji wielu fanów motoryzacji dostało szansę, aby zobaczyć na żywo bolidy Formuły Renault 2000 oraz F1 Williams FW29, o których do tej pory mogli tylko marzyć.

Przez cały rok prowadziliśmy współpracę z influencerami oraz byliśmy obecni jako sponsorzy nagród w motoryzacyjnych konkursach prowadzonych przez topowe stacje radiowe, takie jak Polskie Radio Kierowców czy Antyradio. Dzięki temu pragnienie jazdy supersamochodem zaspokoiliśmy wśród blisko 2000 osób, rozdając vouchery na jazdę wybranym przez nich autem na największych torach wyścigowych w Polsce.

Promując świat motoryzacji, pojawiliśmy się nie tylko na kluczowych targach branżowych, ale także w największych w Polsce Galeriach Handlowych. Razem z nami jeździły kultowe już supersamochody, symulator jazdy F1 oraz bolidy Renault 2.0. Dzięki temu przez cały rok przybliżyliśmy każdemu tajniki świata motoryzacji.

## **Funzeum** marketing

W pierwszym półroczu 2022 roku Funzeum odwiedziło prawie 130 tys. gości, pojawiło się prawie 1000 opinii w Google oraz 2,2 tys. zdjęć dodanych przez klientów. W ostatnim kwartale obiekt miał ponad 800 tys. wyszukiwań w samych Mapach Google. W mediach ukazało się 625 publikacji i ponad 20 wystąpień radiowych. Publikacje o Funzeum ukazały się między innymi w takich mediach, jak: Wirtualna Polska, Onet.pl, Teletydzień, FAKT, Polskie Radio 24, Polskie Radio, Polskie Radio Czwórka, Melo Radio, RMF MAXXX, Antyradio, Radio ESKA, Radio Chillil ZET, wyborcza.pl, dziennikzachodni.pl, naszemiasto.pl.

## **Formula Drive** marketing

Wywiady, relacje z wydarzeń, publikacje prasowe, emisje materiałów wideo ukazały się między innymi w takich mediach jak: Auto Świat, TVN Turbo, TVP Sport, TVP Opole, Moto.pl, Interia.pl, Onet.pl, Wirtualna Polska, Radio ZET, Polskie Radio, Radio Eska, Radio Lublin, Radio Doxa, WRC, CKM, Men's Health, Rzeczpospolita, Fakt.

Nawiązaliśmy współpracę z popularnymi influencerami motoryzacyjnymi oraz osobami ze świata show-biznesu, takimi jak: KicksterTV, Povagowani, Anna Lucińska i wieloma innymi.

# współpraca jest **kluczem** do sukcesu

Piotr Prażmowski

**P**racownicy Emotivo mają wiele wspaniałych pomysłów. Każdy z nich ma swoją wizję, którą chciałby przedstawić w atrakcyjny sposób. Kto jednak przełoży/przeleje to wszystko na przysłowiowy „papier”? Tu wkraczamy my – Dział Graficzny.

Rok 2022 obfitował w wiele znakomitych współprac między działami Emotivo. Między innymi Dział Graficzny miał swój czynny udział w ich realizacji. Były to projekty działów: Rozwoju, Marketingu, Retail oraz B2B.

## Współpraca z Działem Rozwoju

**Formula Drive** – projekt, przy którym zostało opracowane od podstaw logo wraz z księgą znaku i obowiązujących kolorów. Wraz z rozwojem brandingu powstał cały koncept floty bolidów Formuły Renault 2.0, BMW Sauber F1.06 X2 oraz zaplecza technicznego – od busów, aż po przyczepy transportowe.

**Poligon4x4** – naszym zadaniem przy tworzeniu brandingu gra-



ficznego dla największego profesjonalnego offroad parku było opracowanie od podstaw logo wraz z księgą znaku i obowiązujących kolorów, a także projektowanie wyglądu samochodów terenowych.

**QuadFun** – odświeżyliśmy dotychczasowe logo tak, aby nawiązywało do całej serii marek motoryzacyjnych w naszej firmie i stanowiło komplementarną całość. Dodatkowo została opracowana skrócona księga znaku.

## Współpraca z Działem Marketingu

- akcje całoroczne;
- akcje specjalne – bez endu, 100% zwrotu ;
- grafiki wizerunkowe pod social media;
- pomoc przy testach A/B na stoiskach – przygotowanie szablonów pod rozmieszczenie kart podarunkowych i torebek prezentowych.

## Współpraca z Działem Retail

- działania wizerunkowe;
- plakaty, backlighty, okleiny na szyby;
- nowa torebka prezentowa;
- filmy stoiskowe.

## Współpraca z Działem B2B

- materiały promocyjne dla B2B;
- opracowanie jednolitego dress codu dla pracowników B2B na targach.

## Wewnętrzne projekty

Zwieńczeniem pracy Działu Graficznego wykonanej w 2022 roku były tzw. projekty wewnętrzne. To między innymi aktualizacja materiałów poligraficznych, księgi znaku dla Emotivo, Prezentmarzeń oraz Go-Racing, a także lookbook obowiązujących materiałów poligraficznych oraz kolejna odsłona naszego brand hero – Marzymiś Spa.



Spójny i jednolity system jest potężnym narzędziem marketingowym, który może pomóc w usystematyzowaniu prac projektowych zarówno naszej firmy, jak i firm zewnętrznych. Poprzez stałe i konsekwentne stosowanie księgi znaku, będziemy mogli wpływać na popularność i zapamiętywalność marki Prezentmarzeń, co znacząco przekładać się będzie na budowanie świadomości marki.

## Lookbook Prezentmarzeń

Onboarding oznacza działania, których celem jest wprowadzenie nowego pracownika w najważniejsze zagadnienia dotyczące charakteru i funkcjonowania organizacji, a co za tym idzie – pomoc w lepszym zaaklimatyzowaniu się w firmie. Jednym z narzędzi pomocnych w tym procesie jest stworzony Lookbook Prezentmarzeń. Ten skatalogowany zbiór zdjęć zawiera wizualizacje m.in.: boxów prezentowych, kart podarunkowych, voucherów, opakowań oraz sposobów pakowania poszczególnych materiałów w Prezentmarzeń. Znajdziemy tu też materiały występujące na naszych punktach sprzedażowych. To spore ułatwienie dla każdego nowego pracownika. Nasi obecni pracownicy też na pewno skorzystają z lookbooka i będą mogli usystematyzować posiadaną wiedzę.

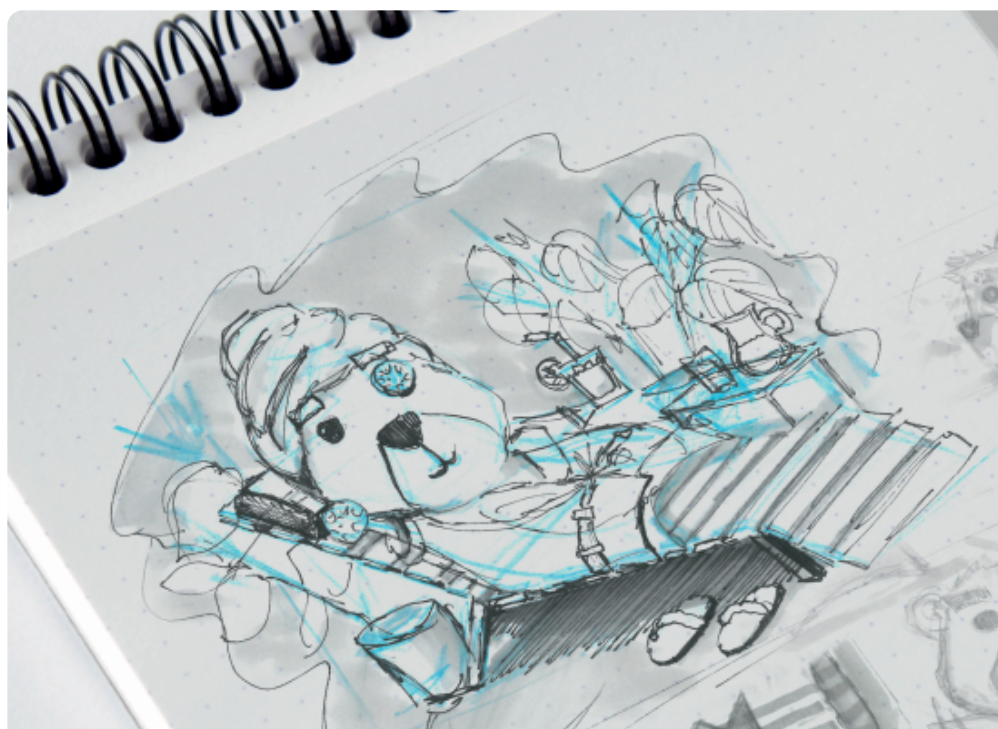
## Marzymiś SPA

W ubiegłych latach przyświecała nam myśl stworzenia bohatera marki, który będzie jednoznacznie kojarzył się z jedną z naszych firm – Prezentmarzeń. Po intensywnej burzy mózgów narodził się projekt Marzymiś. Nasz brand

hero jest przewodnikiem, doradcą po świecie marzeń i prezentów, które niemal każdy chciałby sprawić sobie lub komuś bliższemu. Pierwszy Marzymiś superbohater został bardzo ciepło przyjęty przez naszych klientów oraz pracowników. Ten pozytywny odbiór zmotywował nas do powiększania serii o misia lotnika reprezentującego prezenty reali-

zowane w powietrzu tj. skok ze spadochronem, lot motolotnią i wiele innych. W ubiegłym roku powstał zaś Marzymiś SPA – patron atrakcji spod znaku relaksu i wypoczynku.

Powyższe działania to tylko wierzchołek góry lodowej, z którą mieliśmy do czynienia w minionym roku.





# nowatorska koncepcja przywództwa

Dominik Wójcik

**Z**arządzanie zasobami ludzkimi jest tą częścią pracy w organizacji, którą najtrudniej dostrzec.

Lider, czy też manager zespołu wykonuje najczęściej pracę niewidoczną dla innych na pierwszy rzut oka. Jednak to właśnie dzięki niej grupy ludzi potrafią się dogadać między sobą, wiedzą co mają robić, potrafią rozwiązać stawiane im problemy – przynajmniej w teorii tak powinno być.

Istnieje wiele rodzajów pracy, jaka może być wykonywana w firmie – jedne działania będą proste, powtarzalne, inne będą złożone i wymagające szczególnych zdolności. W każdym z nich potrzebne jest, aby zrozumieć jakie mechanizmy występują między ludźmi, bo to one będą w końcowym etapie decydować o tym, czy zadanie zostanie dobrze i szybko wykonane. W kontekście działań technicznych i zarządzania ludźmi powstaje nowy sposób kierowania, który nazywany jest Management 3.0. To nowatorska koncepcja przywództwa opierająca się na kierowaniu zespołami poprzez wykorzystanie metodyk zwinnych. Twórcą koncepcji Management 3.0 jest Duńczyk Jurgen Appelo.





## Czym jest Management 3.0?

Powinniśmy zadać sobie pytanie, czy każdy może być liderem lub co ważniejsze, czy każdy może zarządzać zespołami? W tym miejscu właśnie pojawia się Management 3.0, który z założenia przedstawia zarządzanie jako zadanie nie tylko i wyłącznie managerów, ale zadanie nas wszystkich.

Osoby z zarządu dążą do osiągnięcia celu, który powinien opisywać ciągły rozwój i przekształcanie organizacji do takiej, w której poprzez stworzenie świetnych miejsc pracy, osoby zaangażowane dostarczą klientowi takie produkty, które go usatysfakcjonują.

Głównymi cechami zarządzania 3.0 są między innymi innowacja, przywództwo wraz z najwyższym poziomem zarządzania oraz odpowiedzialność grupowa. I właśnie te cechy mają doprowadzić do znalezienia jak najbardziej wydajnego sposobu działania, prowadzącego organizację do stawianych sobie celów, również poprzez zadowolenie pracowników. Jest to swego rodzaju globalna rewolucja, mająca również na celu scalić osoby z organizacji, które chcą rozwijać swoje umiejętności. To wszystko zaś może przełożyć się na lepszy poziom współpracy, poprawną formę przekazywania informacji zwrotnej oraz bardziej efektywną pracę zespołową.

### Czynnik ludzki

Patrząc przez pryzmat zarządzania działem IT, czynnik ludzki okazuje się tym najczęstszym, jeśli chodzi o szeroko pojęte błędy. Osoby zajmujące się programowaniem to z reguły introwertycy



– jest to potwierdzone badaniem No Fluff Jobs, według którego aż 58 proc. programistów określa swój temperament jako spokojny i metodyczny. Mając na uwadze te liczby, należy zadać sobie pytanie: w jaki sposób taka osoba ma podjąć współpracę z szeroko pojętym biznesem?

Każdy pracownik – nie ważne, jak będzie miał dobre kompetencje twarde – musi przede wszystkim nauczyć się rozwiązywać problemy, a to wymaga w dużej mierze rozmowy z innymi, umiejętności pozyskiwania informacji, wychodzenia z propozycjami, nieszablonowego myślenia. Jeśli zaczniemy wymagać tego od introwertyków w sposób autorytarny, to w najlepszym wypadku problemy zostaną „jakoś” rozwiązane, ale programista-introwertyk nabawi się przy tym stresu, nie do końca będzie pewny swojego rozwią-

zania, zmniejszy się jego morale w pracy. W czarnym scenariuszu może też oczywiście zakończyć współpracę. Podobne zachowania mogą wystąpić również w drugiej grupie badanych.

Podójście do pracownika korzystające z filozofii zarządzania 3.0 może przynieść efekty już na drugi dzień. Pracownik, który wie, że jest obdarowany zaufaniem i jest doceniany, posiada komfort psychiczny w pracy i będzie miał większy wpływ na pojedyncze zadania, a w konsekwencji na całą organizację. Pokazanie pracownikom, że ich praca to nie tylko produkcja mało znaczącego kodu powoduje, że z perspektywy zarządzającego praca sama się układa i jest jak samonapędzająca się maszyna, bo relacje zawodowe pomiędzy pracownikami i zwierzchnikami są na akceptowalnym poziomie dla każdego.

# jak zmienił się e-commerce w 2022 roku?

Rafał Zamojski

**W** 2022 roku jesteśmy w pełni świadomi nowej rzeczywistości rynkowej. Po covidowym zwycięstwie e-commerce nad resztą handlu pojawił się nowy „przeciwnik” – rekordowa inflacja. Nowa sytuacja wywiera już wpływ na e-handel, ale jej skutki będziemy dopiero obserwować w 2023 roku.

Zwiększona podczas pandemii popularność e-commerce nadal się utrzymuje.

Odsetek internautów, którzy twierdzą, że kupują w sieci, ustabilizował się w 2022 roku i wynosi obecnie 77%, przy czym znacznie więcej osób robi zakupy na polskich stronach (75%) niż zagranicznych (32%). Tak wynika z raportu „E-commerce w Polsce 2022”.

## Zmiana zachowań klientów w 2022 roku

W 2022 roku byliśmy świadkami dynamicznych zmian w zachowaniach klientów, które wymagają dokładnej analizy i skutecznej reakcji. Rosnąca konkurencja na rynku to wyższe koszty pozyska-



nia wartościowego ruchu i więcej oczekiwań, którym trzeba sprostać. Samo dodanie czegoś do wirtualnego koszyka nie musi oznaczać, że zakup zostanie zakończony płatnością.

## Co przyniesie rok 2023 w świecie e-commerce?

Personalizacja będzie kluczowa dla naszych klientów, którzy oczekują indywidualnego podejścia i obsługi dopasowanej do ich potrzeb. Narzędzia wykorzystujące sztuczną inteligencję mogą być przydatne w spersonalizowaniu sugestii produktowych oraz specjalnych ofert, na podstawie dotychczasowych zakupów klienta. W 2023 roku ważne będzie skrócenie procesu zakupowego do minimum, a voice commerce, który teraz wydaje nam się abstrakcją, będzie jednym z kluczowych narzędzi do podnoszenia

współczynnika konwersji w perspektywie roku, a nawet kilku miesięcy.

W 2023 roku będzie kontynuowany rozwój marketingu e-commerce w kierunku Tik-Toka. Krótkie formy wideo, takie jak Instagram Reels, będą coraz bardziej popularne, ponieważ skuteczniej przyciągają uwagę i lepiej prezentują produkty i usługi. Nie ma sensu walczyć z tą tendencją, lepiej dostosować się do niej i wdrażać coraz bardziej zgrabne i dopracowane filmy.

Rok 2023 przyniesie również zmiany ze strony gigantów takich jak Google, którzy będą kłaść większy nacisk na bezpieczeństwo danych i dopasowanie produktów do intencji klienta. Musimy być przygotowani na kolejne niespodzianki i zmiany w e-commerce w 2023 roku.



# na co Klienci zwracają większą uwagę?



## Wiarygodność

Kupujący obawiają się, że padną ofiarą oszustwa lub że zostaną oszukani przez sprzedawcę.



## Jakość produktów

Konsumenci obawiają się, że produkt, który zamówią, nie będzie zgodny z opisem lub że będzie niezgodny z ich oczekiwaniami.



## Bezpieczeństwo danych

Konsumenci obawiają się, że ich dane osobowe lub informacje o karcie kredytowej zostaną ujawnione lub wykorzystane do celów niezgodnych z ich wolą.



## Dostawa

Kupujący obawiają się, że ich zamówienie nie zostanie dostarczone na czas lub że będzie uszkodzone podczas transportu.



## Zwroty i reklamacje

Konsumenci obawiają się, że będą mieli trudności z odzyskaniem pieniędzy lub zwrotem produktu, jeśli będzie on niezgodny z opisem.



## **KONTAKT**

Emotivo sp. z o. o.  
ul. 6 Sierpnia 1  
24-100 Puławy