Informacja prasowa

Warszawa, 17.02.2020 r.

**Lightscape realizuje projekt B+R o wartości ponad miliona złotych**

*Agencja pracuje równocześnie nad autorską technologią pozwalającą optymalizować widoczność marek online.*

**Lightscape, agencja komunikacji z ponad 10-letnim doświadczeniem, otrzymała grant badawczo-rozwojowy przyznawany przez Centrum Obsługi Przedsiębiorcy. Przedmiotem prac jest optymalizacja i zarządzanie widocznością marek online, uzyskiwaną za pomocą organicznych treści publikowanych na portalach zewnętrznych. Wartość projektu to 1,3 miliona złotych. Nadzór nad nim poprowadzi związany z branżą venture capital Piotr Berliński, który objął stanowisko CEO agencji. Do zespołu w roli Head of IT dołączył także Konrad Kuźnicki, od 15 lat związany z rynkiem nowych technologii.**

Projekt badawczy jest wynikiem dokładnej analizy potrzeb rynku i odpowiedzią na zmianę otoczenia biznesowego. Patrząc na rozwój obszaru komunikacji i marketingu online, z jednej strony widzimy zmiany w algorytmie Google, w wyniku których premiowany jest autorytet i zaufanie do marki, a także publikowanie wiarygodnych i merytorycznych treści. Branża zmierza również w kierunku coraz większej regulacji w obszarze oznaczania materiałów sponsorowanych. Dziś, bardziej niż kiedykolwiek, publikacje PR-owe na portalach zewnętrznych budujące autorytet marki, są integralną częścią zrównoważonej strategii komunikacji, obok działań płatnych takich jak kampanie display czy reklama w wyszukiwarkach.

- *Dziś 39 proc. globalnego ruchu e-commerce pochodzi z wyszukiwarki. Również tam rozpoczyna się 93 proc. wszystkich aktywności w internecie. Równocześnie w wielu branżach tradycyjne działania reklamowe i SEO wiążą się z coraz większą konkurencją o uwagę użytkowników i koniecznością stałego zwiększania budżetu. W tym kontekście działania PR stają się szczególnie istotne, ponieważ pozwalają na budowanie świadomości i autorytetu marki. To, czego jednak do tej pory brakowało na rynku, to odpowiednia metodologia i narzędzia zarządzania tymi publikacjami. Co za tym idzie, niemożliwe było oszacowanie ich wpływu na widoczność marek w internecie. Na tym problemie opieramy nasze prace badawcze* - mówi **Piotr Berliński**, który w lipcu objął funkcję **CEO Lightscape**.

**Technologia w służbie marketingu**

Z ubiegłorocznego badania CMO Survey Deloiite wynika, że wdrożenie rozwiązań technologicznych w polskiej branży marketingowej przebiega stopniowo. 7 proc. respondentów twierdzi, że jest w stanie bardzo skutecznie integrować dane z różnych kanałów medialnych. 4 na 10 uważa, że potrafi korzystać z zaawansowanej analizy danych, opartej na Big Data. Jednocześnie 60 proc. szefów marketingu uważa wykazanie zwrotu z inwestycji ze swoich działań za kłopotliwe.

Jak zwraca uwagę Piotr Berliński, pomimo zapotrzebowania na nowe rozwiązania technologiczne, realizacja zaawansowanego projektu badawczo-rozwojowego w obszarze marketingu i PR jest unikatowym wydarzeniem w branży.

 *- Podjęliśmy to wyzwanie, dobrze określając problem rynkowy i jego rozwiązanie. Potwierdza to nie tylko przyznanie dofinansowania, ale również rozmowy z klientami agencji i funduszami inwestycyjnymi, ze strony których projekt spotkał się z ciepłym przyjęciem. Rynek widzi potrzebę nowego podejścia. Dotąd dostępne narzędzia skupiają się na procesie komunikacji z dziennikarzami, kupowaniem przestrzeni reklamowych czy monitorowaniem mediów. Wnioski z prac badawczych będą więc maksymalnie użyteczne z punktu widzenia biznesu* – dodaje **Piotr Berliński.**

**Piotr Berliński** posiada bogate doświadczenie w obszarze analizy biznesowej, a także strategii, nadzoru nad realizacją i komercjalizacją projektów B+R. Współpracował z takimi funduszami inwestycyjnymi jak StartMoney i Alfa Venture Capital. Był ekspertem w programie Platform Startowych PARP. Pracował też dla Akceleratora Technologii Fundacji Uniwersytetu Łódzkiego.

**Konrad Kuźnicki** jako Head of IT odpowiada za nadzór nad całokształtem prac programistycznych - tworzeniem narzędzi badawczych i monitorujących. Ma ponad 15 lat doświadczenia w tworzeniu oprogramowania i zarządzania big data. Pracował m.in. dla: Neckermann Polska, mBank Polska, Ryanair Ireland, Seemless, SEQR oraz GABI - amerykańskiej porównywarce ubezpieczeniowej online.

**Weronika Seweryn**, Dyrektor Zarządzająca Lightscape, pełni rolę kierownika projektu, a **Joanna Berlińska** odpowiada za business development.

.

**O Lightscape**

Lightscape to butikowa agencja komunikacji, obecna na rynku od ponad 11 lat. Projektuje i realizuje całościowe strategie marek oparte o szerokie spektrum działań w kanałach online i offline. Lightscape pomaga swoim klientom skutecznie komunikować się w obszarze B2B, B2C, a także budować silną markę pracodawcy. W portfolio agencji znajdują się projekty realizowane dla takich marek jak Aviva, Linux Polska, Intrum (lider rynku zarządzania wierzytelnościami), Inelo (wiodący dostawca rozwiązań technologicznych dla branży TSL), Expander Advisors, PKO Leasing, GFT Polska, Łódź Design Festival, Manufaktura, Uniwersytet Marie Curie-Skłodowskiej i Adrino. Lightscape jest członkiem IAB Polska.

**Kontakt dla mediów**

Natalia Kowalska

n.kowalska@lightscape.pl

+48 884 613 766