

ESENCJA Z FACEBOOKA

Polska agencja Esencja jako jedna z niewielu ze środkowo-wschodniej Europy dostała się do programu Facebook Accelerator. Dzięki temu może rozwijać narzędzia pomagające przeprowadzać skuteczne kampanie reklamowe w serwisie. Jak tego dokonali? Nad jakim narzędziem pracują? Dowiedcie się z poniższego wywiadu z Piotrem Baczyńskim, CEO Esencji.

Na pierwszy rzut oka Esencja jest agencją jakich wiele na polskim rynku. Co Was wyróżnia?

Będąc małą agencją, często operujemy ograniczonymi budżetami reklamowymi, dlatego też sukces naszych działań opiera się przede wszystkim na pomysłowości i nieszablonowych rozwiązaniach.

Jako jedna z pierwszych agencji w Polsce zaczęliśmy tworzyć dedykowane Facebookowi narzędzia, które rzeczywiście realizują cele biznesowe klientów, monitorując realną sprzedaż, czas spędzony na stronie WWW, pozyskanie jazd testowych czy liczbę umówionych wizyt ze stylistką. Prześciganie się w liczbie generowanych „lajków” czy zwiększanie zaangażowania w grupie osób niebędących naszymi potencjalnymi konsumentami jest bezsensowne. Niewątpliwą przewagą Facebooka jest to, że przy odpowiednim targetowaniu budżety reklamowe w niemal 100 proc. docierają do pożądanej przez marki grupy ludzi, co jest praktycznie niemożliwe w innych mediach.

Dostrzeżyliśmy ogromny potencjał sprzedażowy tego medium, dlatego też podjęliśmy decyzję o rozwijaniu narzędzia służącego do optymalizacji kampanii na Facebooku.

Dodatkowo, jako najprawdopodobniej pierwsza agencja w Polsce, tworzymy aplikacje oparte na technologii wirtualnej rzeczywistości Oculus Rift na kilku różnych rynkach. Opracowujemy zaawansowane systemy prezentacji w wirtualnej rzeczywistości inwestycji realizowanych przez firmy z Polski, Izraela i Wielkiej Brytanii. Zainwestowaliśmy w technologię

**NA PREZENTACJĘ,
W TRAKCIE KTOREJ
MUSIELIŚMY
SZCZEGÓŁOWO
OPISAĆ NASZE
NARZĘDZIE
– JEGO DZIAŁANIE,
FUNKCJONALNOŚCI,
GRUPĘ DOCELOWĄ,
PLAN PROMOCJI
– MIELIŚMY
DOKŁADNIE 8
MINUT**

Oculus Rift już ponad rok temu, kiedy nie była ona znana szerszej grupie odbiorców. Sytuacja uległa zdecydowanej zmianie, gdy Facebook przejął firmę Oculus VR odpowiedzialną za opracowanie wspomnianej technologii. Teraz jesteśmy już pewni, że warto było zaryzykować – wirtualna rzeczywistość, dzięki Oculus Rift, rozwija się niezwykle dynamicznie.

W kwietniu tego roku byliście w Dublinie, w centrali Facebooka. Czy możecie zdradzić, w jakim celu?

Wizyta w Dublinie, jak również w londyńskim biurze Facebooka, jest efektem wygrania cyklu przesłuchań, które miały miejsce w związku z naborem do programu „Facebook Accelerator”. Udało nam się zakwalifikować jako jedynej firmie spośród kilkudziesięciu agencji z Polski i Europy Wschodniej. Facebook Accelerator to inicjatywa promująca młode, innowacyjne firmy i umożliwiająca im wspólną pracę z Facebookiem przy tworzeniu oprogramowania marketingowego. Każde przedsiębiorstwo biorące udział w naborze do pierwszej edycji programu miało za zadanie przygotować koncepcję narzędzia wspomagającego proces sprzedaży i optymalizacji reklam Facebooka. Nasz pomysł spodobał się na tyle, że trafiliśmy do wąskiej grupy agencji zaproszonych do centrali firmy w Irlandii na prezentację swoich koncepcji.


W Dublinie odbyliśmy finałową rozmowę z przedstawicielami portalu. Dla nas było to dość surrealistyczne doświadczenie i niesamowita przyгода. Facebook to przecież obecnie jedna

z najważniejszych firm w branży internetowej. Możliwość zobaczenia centrali Facebooka była dla nas sama w sobie niezapomnianym doświadczeniem i źródłem inspiracji. Kartonowy David Hasselhoff broniący przejścia, automaty z napojami i klawiaturami, piwo rozdawane gościom prosto z wiadra z lodem. Wszystkie te elementy są rzadko spotykane w polskiej rzeczywistości biznesowej.

Na prezentację, w trakcie której musieliśmy szczegółowo opisać nasze narzędzie – jego działanie, funkcjonalności, grupę docelową, plan promocji – mieliśmy dokładnie 8 min. W jej trakcie mówiłem tak szybko, że wychodząc z sali, nie byłem pewny, czy słuchający zrozumieli chociażby jedno słowo z tego, co starałem się im przekazać. Jak się potem okazało, nasz pomysł przypadł im do gustu. Tydzień później otrzymaliśmy informację, że zostaliśmy jedyną polską agencją wybraną do uczestnictwa w programie.

***Jak jest zorganizowany sam program?
W jaki sposób uczestnictwo w nim wpływa na Waszą firmę?***

Od czasu przyjęcia naszej firmy do programu odwiedzamy biura Facebooka co miesiąc, uczestnicząc w licznych seminariach, spotkaniach z ekspertami oraz w sesjach programowania. Facebook udostępnia nam stałe wsparcie w zakresie know-how oraz przydzielił nam dedykowanych opiekunów. Rolę tę pełnią doświadczeni przedstawiciele firmy gotowi do pomocy zawsze, kiedy tego potrzebujemy. Jednocześnie, w kraju pracujemy nad budową naszego narzędzia, które nazwaliśmy Streamline. Będzie to pierwsze tego typu polskie narzędzie, które umożliwi szerokiej grupie małych i średnich przedsiębiorstw oraz mniejszych agencji efektywne wykorzystanie reklam na platformie Facebooka.

Jesteśmy przekonani, że Streamline jest rozwiązaniem idealnym między innymi dla firm z sektora MŚP i pozwoli niewielkim biznesom docierać ze swoimi komunikatami do bardzo precyzyjnie określonej grupy odbiorców. Ciężko sobie wyobrazić promocję lokalnej restauracji, klubu czy prywatnego przedszkola, która byłaby efektywniejsza. Mimo to, tego rodzaju reklamy nie są wykorzystywane w dużej skali przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Dzieje się tak ponieważ zarówno interfejs Facebooka, jak i narzędzia dla ekspertów są stanowczo zbyt skomplikowane dla osób bez dużej wiedzy na temat prowadzenia kampanii reklamowych. Pracujemy nad stworzeniem możliwie intuicyjnego i nieskomplikowanego narzędzia, które za pomocą konstrukcji opartej na zrozumiałe opisanych kolejnych krokach wykonywanych przez użytkownika, stopniowo przeprowadzi go przez cały proces tworzenia i prowadzenia kampanii. Tworzymy system, dzięki któremu osoba potrafiąca obsługiwać e-mail będzie w stanie promować swój biznes na Facebooku. 



**FACEBOOK ACCELERATOR
TO INICJATYWA PROMUJĄCA
MŁODĘ, INNOWACYJNE FIRMY
I UMOŻLIWIAJĄCA IM WSPÓLNA
PRACĘ Z FACEBOOKIEM
PRZY TWORZENIU
OPROGRAMOWANIA
MARKETINGOWEGO**