

Informacja prasowa

Rebranding Grupy SARE efektem finalizacji strategii rozwoju w kierunku kompleksowego digitalu

Digitree Group, do niedawna Grupa SARE to Grupa Kapitałowa, wspierająca klientów w zakresie marketingu internetowego, która dziś generuje 50 proc. przychodów z części e-commerce, a jeszcze do niedawna większość jej przychodów pochodziła z e-mail marketingu. Efektem rozwoju jest zmiana strategii obsługi klienta w kierunku pełnej kompleksowości digitalowej. Grupa wprowadza klienta w e-commerce, tworzy strategię komunikacji, precyzyjnego dotarcia do grup odbiorców dzięki danym behawioralnym, zwiększa efektywność kampanii i jakość generowanych leadów, a także buduje lojalność z klientami, czego efektem jest zwiększanie sprzedaży i przychodów klientów.

Prawdziwy rebranding obejmuje cztery warstwy: wizualną, dotyczącą zmiany logotypu oraz identyfikacji wizualnej, werbalną czyli sposób w jaki mówimy o marce, warstwę produktów/usług oraz rdzenia emocjonalnego, obejmującego skojarzenia pojawiające się u odbiorcy słysząc nazwę danego brandu.

Digitree Group (do niedawna SARE) zrealizowała całościowy rebranding, a impulsem do zmian były produkty i usługi czyli rozszerzenie kompetencji głównie w obszarze e-commerce. Przez lata, spółki SARE i INIS tworzyły kierunki rozwoju e-mail marketingu w Polsce i tym samym były utożsamiane wyłącznie z tym kanałem komunikacji. Natomiast, dziś realia są zupełnie inne.

- Dziś INIS generuje 60 proc. swoich przychodów efektywnie dostarczając także szereg innych rozwiązań reklamowych i produkty niezwiązane z e-mail marketingiem. Dla mnie osobiście rebranding Grupy SARE jest odpowiedzią na zmieniające się potrzeby rynku oraz naszych klientów, ale przede wszystkim pokazanie, że Digitree Group tworzą spółki i projekty budujące komplementarny ekosystem sprzedażowo-marketingowy dla wszystkich, chcących realizować skuteczne kampanie w Internecie. – komentuje Roman Grygierek, CEO INIS.

Zmiana nazwy stanowi podpisanie się pod realizacją strategii rozwoju Grupy. Dziś Grupa jest mocna we wdrażaniu platform e-commerce jak Magento2, czy wdrażaniu dla klientów marketing automation, który ratuje porzucone koszyki, w budowaniu rozwiązań technologicznych wspierających e-commerce, jak również wideo, które stanowi atrakcyjny rozwój marketingu internetowego.

- W 2020 roku stawiamy na rozwój usługi Google Shopping, czyli analityki wspierającej sprzedaż w postaci rekomendacji odpowiednich feedów produktowych w Google, poprzez narzędzia, które posiadamy wewnątrz Grupy. Drugim rozwiązaniem jest Revhunter, który analizuje ruch na stronach internetowych i pozwala docierać do anonimowych użytkowników, by następnie realizować do nich kampanie e-mail i display. To także rozwój marketing automation, który pozwala integrować różne systemy, by skutecznie dostarczać efekty kampanii. Ponadto, to wprowadzenie nowych wdrożeń e-commerce, już nie tylko największych w Europie jakim jest Magento2, ale także Prestashop, która jest stosowana u klientów o mniejszych potrzebach, ale jest szybko wdrażalna i optymalna jeżeli chodzi o obsługę e-commerce. – komentuje Dariusz Piekarski, CEO Digitree Group.

Digitree Group (digitree.pl) wyróżnia się na rynku kompleksową obsługą w zakresie narzędzi oraz danych, które są zintegrowane wewnątrz Grupy oraz współpracą z klientem prowadzoną przez jednego specjalistę. Klient ma zatem komfort współpracy z jedną osobą i przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa, ponieważ cały proces marketingowy i sprzedażowy, a przede wszystkim odpowiedzialność za jakość wygenerowanych leadów, sprzedaży i innych efektów działań marketingowych, realizowana jest w jednym miejscu.

- Istotą jest także zmiana podejścia do obsługi klienta. Najważniejsze jest wsluchanie się w jego potrzeby i znalezienie najlepszych rozwiązań i narzędzi realizujących jego cele wśród zasobów Digitree Group, ale także rynku MarTech. Tutaj nie ma jednej uniwersalnej recepty na sukces, do każdego klienta trzeba podejść indywidualnie, poznać jego mocne i słabe strony. Oprócz narzędzi, z pomocą przychodzą nam dane, dzięki którym potrafimy docierać do nietypowych grup docelowych, realizując działania marketingowe dla branży agro, budowlanej, elektrycznej czy retail. Wszystkie działania prowadzone na naszym rodzimym rynku, ze skutecznością możemy realizować także na rynkach europejskich, więc naszym celem jest także wprowadzanie klientów na rynki zagraniczne – komentuje Krzysztof Bińkowski, CEO agencji JU:

Digitree Group to także ludzie, którzy budują zespół blisko 300 specjalistów pracujących na sukces Grupy. Mają szansę rozwoju zawodowego od specjalisty do eksperta zarówno w obszarze programowania, marketingu internetowego czy prowadzenia projektów i rozwoju produktów. To także zmiana zarządzania projektami poprzez wprowadzenie inkubatora, który angażuje developerów, product ownerów oraz wszystkich tych, którzy są zainteresowani rozwojem Grupy.

Zmiana nazwy Grupy Kapitałowej nie wpłynęła na nazwy pozostałych spółek wchodzących w jej skład: **INIS** – dostawcy efektywnych mediów reklamowych, **JU**: - agencja kreatywno-interaktywna, **Salelifter** - monetyzująca i walidująca bazy danych oraz odpowiedzialna za generowanie leadów sprzedażowych, **VideoTarget** - sieć reklamy wideo, **Cashback services** - serwis cashbackowy, **Adepto**, odpowiadająca za generowanie leadów dla branży finansowej, **Sales Intelligence**, oferująca usługi marketingowe dla branży e-commerce, a także **Fast White Cat**, zajmująca się wdrożeniami sklepów internetowych na platformie Magento. Niezmiennie pozostaną również nazwy brandów funkcjonujących w Grupie, takich jak **SAREsystem** czy **SAREhub**, zapewniających narzędzia do komunikacji e-mail marketingowej i marketing automation.