



Warszawa, 20 listopada 2007 r.

Informacja prasowa

Interaktywny Madonet stawia na Netizens

Z początkiem listopada agencja interaktywna Madonet zmienia nazwę na Netizens. Przekształcenie ma charakter strategiczny, a jego celem jest koncentracja agencji na roli internauty w komunikacji marketingowej. Firma pod nową marką Netizens skupi się na budowaniu kompetencji w dziedzinie e-marketingu ukierunkowanego na szeroko rozumianego e-konsumenta.

„Zmienia się znaczenie roli e-społeczności w świecie znanych marek oraz stopniowe docenianie potencjału marketingowego jaki e-społeczności ze sobą niosą. Chcemy aby postrzeganie naszej agencji zogniskowane było wokół internauty, e-konsumenta, kreatora rzeczywistości, określającego trendy. Wkraczamy tym samym w nowy etap rozwoju, a jego konsekwencją jest zmiana nazwy firmy. Netizens oznacza obywateli sieci, którzy są członkami internetowych społeczności i sami je współtworzą.” – powiedział Witold Kempa prezes zarządu agencji Netizens.

Z biznesowego punktu widzenia zmiana ta ma dla agencji kluczowe znaczenie. Z roku na rok udział e-marketingu w strukturze przychodów firmy wzrasta. Obecnie około 60% przychodów pochodzi z projektów związanych z szeroko pojętą tematyką e-społeczności.

W ofercie Netizens znajdują się produkty i usługi obejmujące zróżnicowane pola aktywności internetowej od zaawansowanych form multimedialnych łączących video, animacje i tekst na rozwiązaniach e-commerce (intranety, eShopy) kończąc. Obecnie struktura przychodów agencji przedstawia się następująco:

- 60% to projekty bazujące na wykorzystaniu eSpołeczności
- 20% to projekty technologiczne (wdrożenia intranetów, aplikacji internetowych dedykowanych)
- 20% to projekty prezentacyjne (portale korporacyjne, serwisy firmowe, produktowe, itp.)

Agencja Madonet powstała 8 lat temu, obecnie zatrudnia blisko 30 osób. Firma specjalizuje się w budowaniu strategii e-marketingowych, doborze rozwiązań internetowych, kreacji i wdrażaniu zaawansowanych projektów e-społecznościowych oraz e-commerce. Spółka posiada centrum operacyjne w Katowicach oraz 2 oddziały: w Warszawie i Nowym Yorku. Firma od kilku lat współpracuje z takimi agencjami jak: TEQUILA\Polska, Scholtz&Friends i amerykańską agencją reklamową Blueberries.

W swoim portfolio Madonet posiada projekty realizowane dla: Unilever Polska S.A. (marki AXE i Lipton), Wrigley (Winterfresh), Barlinek, Cisowianka, Deloitte Polska, Edipresse Polska, MDclick, Optimus, Polskie Radio, Bazarynka.

Dalszych informacji udziela:

Witold Kempa
Prezes Zarządu
Netizes
ul. Górnika 1/1, 40-133 Katowice
tel. 0322581343, tel.kom. 694442839
e-mail: wkempa@netizens.pl
www.netizens.pl

Małgorzata Sowińska
Consultant
Q&AConsulting
ul. Wielka 20, 61-775 Poznań
tel. 0618525849; tel.kom. 600670108
e-mail: ms@qaconsulting.pl
www.qaconsulting.pl

Informacje o agencji Netizens:

Interaktywna agencja Netizens specjalizuje się w budowaniu strategii e-marketingowych, doborze rozwiązań internetowych, kreacji i wdrażaniu zaawansowanych projektów e-społecznościowych oraz e-commerce. Firma powstała w 1999 roku pod nazwą Madonet. W listopadzie 2007 agencja zmieniła nazwę na Netizens, podkreślając tym samym koncentrację na działaniach ukierunkowanych na internautę – konsumenta. Obecnie zatrudnia blisko 30 pasjonatów nowych mediów. W ciągu 8 lat spółka stworzyła kompleksową ofertę potwierdzoną ponad 150 realizacjami m.in. dla takich marek jak: AXE, Barlinek, Cisowianka, Deloitte, Edipresse Polska, Lipton, MDclick, Optimus, Polskie Radio, Bazarynka, Wrigley.