



Ludzie W KRĘGACH

Od lewej: Piotr Bubak, dyrektor marketingu w Nokii,
i Anna Telakowicz, dyrektor marketingu w Cadbury Wedel



Od lewej: Krystyna Sakowicz, project manager w K2 Internet, Łukasz Mroczek,
szef działu sprzedaży i reklamy w Telecom Media, Kamila Kuczyńska, product manager
w Telecom Media, i Katarzyna Wiśniewska, new business director w K2 Internet



Od lewej: Magdalena Zawada, account director w K2 Internet, Katarzyna Redłowska, customer
relationship manager w Volvo Auto Polska, Katarzyna Dubicka, specjalista w Pekao SA, Karolina
Laskowska, ekspert w Pekao SA, i Krzysztof Surowiec, kierownik ds. marketingu w Toyota Bank Polska

O marketingu wśród rzeźb Mitoraja

» Warszawa, restauracja Skwer, 7 października 2009

Agencja K2 Internet zaprezentowała możliwości alternate reality games, czyli odbywających się jednocześnie w internecie i realu gier, które można wykorzystać w marketingu. Gospodarze skorzystali z przykładu m.in. amerykańskiej kampanii reklamowej „Why so serious” promującej film „Batman. Mroczny rycerz”. Przedstawiciele K2 pokazali też najlepsze prace wyróżnione na tegorocznym festiwalu reklamowym w Cannes i opowiedzieli o marketingu szepczanym. Wszystko odbyło się w ramach cyklu Merytoryczny Brunch wśród eksponatów z prezentowanej po raz pierwszy w Polsce wystawy światowej sławy rzeźbiarza Igora Mitoraja.

Więcej zdjęć na www.mediamikser.pl



Od lewej: Janusz Żebrowski, prezes zarządu K2 Internet SA,
Marta Krajenta, kierownik ds. marketingu i PR w K2 Internet,
i Tomasz Tomczyk, wiceprezes zarządu K2 Internet



Od lewej: Wojciech Dubasiewicz, brand manager w Coca-Cola Poland Services,
Jakub Krawczyk, account director w K2 Internet, Katarzyna Kosińska, account manager
w K2 Internet, i Szymon Michalik, brand manager w Coca-Cola Poland Services