

A close-up photograph of a person's hands holding a round wooden platter. On the platter, there is a large, round, roasted potato with a golden-brown, textured top. To the left, a small dark bowl contains several small, boiled potatoes. In the foreground, a cluster of bright red cherries with green stems is scattered on the wood. The background is a warm, out-of-focus wooden surface. The overall lighting is soft and warm, creating a cozy and appetizing atmosphere.

subko&co

**Tasty bite
of work**

subko&co

**Trudny brief?
Wiemy, jak go
ugryźć!**

Pyszne kampanie, wysmakowane obrazy
i soczyste copy - to nasz chleb powszedni.

Food marketing zjadamy na śniadanie,
a to wszystko dzięki doświadczeniu,
jakie zdobyliśmy na francuskim
rynku FMCG!

Zobacz nasze realizacje



Auchan



lelele

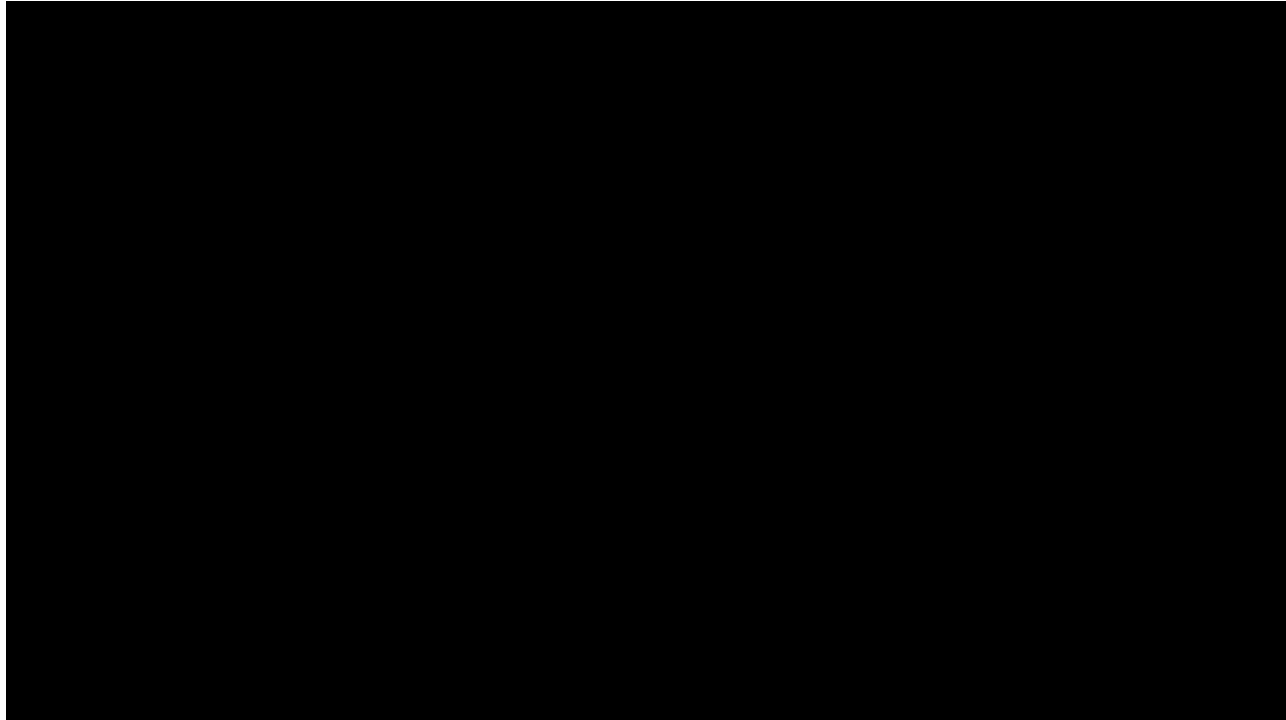
PEWNI DOBREGO

przepisu!

“Pewni Dobrego” to linia produktów **Auchan** cechująca się wyjątkową jakością. Produkty z tej linii są produkowane ekologicznie i lokalnie. Naszym zadaniem było wykreowanie koncepcji cyklu kulinarnego, zaproponowanie współpacy z influencerem oraz wyprodukowanie serii video z przepisami z wykorzystaniem produktów “Pewni Dobrego”. Do współpracy zaprosiliśmy znaną z Master Chefa kulinarną artystkę Jolę Kleser.

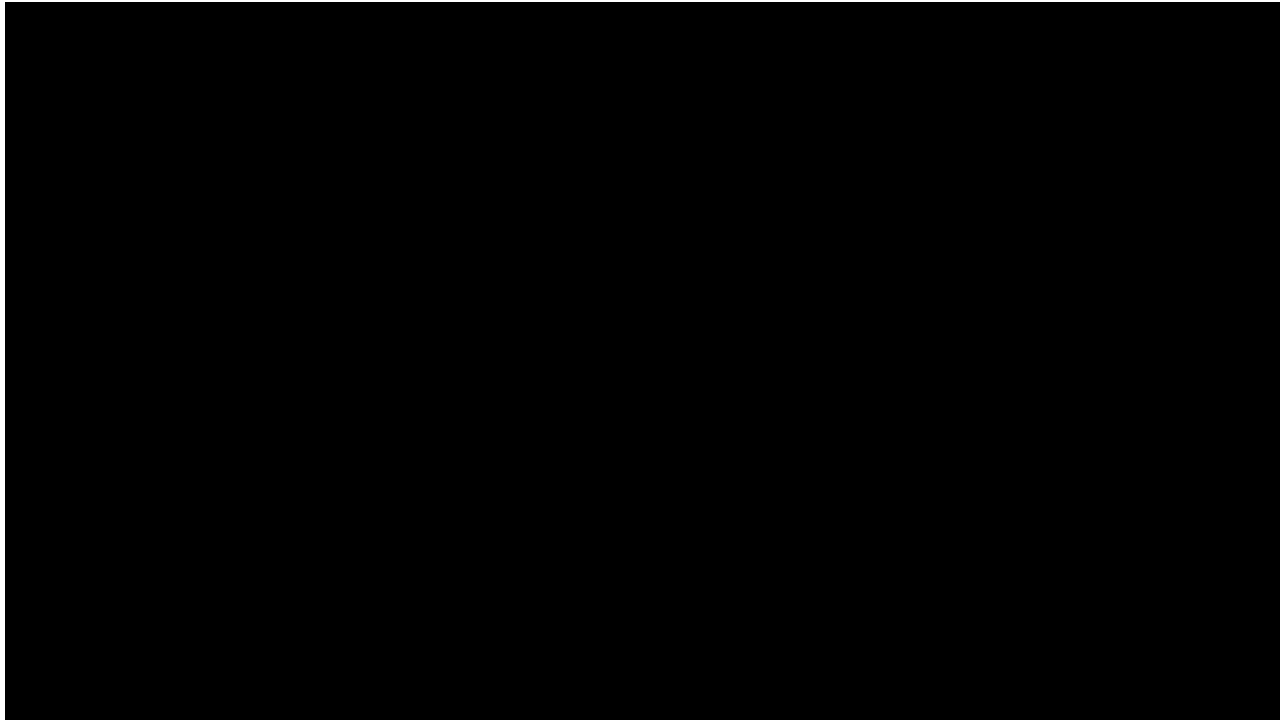


Odcinek 1 **PIERŚ Z KACZKI** w 30 minut





Odcinek 2 **SOCZYSTY ŁOSOŚ** z tajską pastą curry









Challenge

Kanał YouTube Auchan Polska funkcjonuje już od niemal 5 lat i sukcesywnie zwiększa swoje zasięgi. Jednak wiadomo, że... apetyt rośnie w miarę jedzenia! Naszym zadaniem było wykreowanie oraz stworzenie cyklu filmów kulinarnych odpowiadających na potrzeby dzisiejszych użytkowników.

Rozwiązanie

Postanowiliśmy stworzyć program spójnie łączący stylistykę Auchan i wyróżniki marki własnej "Pewni Dobrego" z odpowiedzią na potrzeby zabieganych, ale coraz bardziej świadomych odbiorców, w którym użytkownicy będą PEWNI DOBREGO przepisu, czyli tego co #zdrowe #lokalne i #dobre.

W cyklu tym dajemy konsumentowi obietnicę - sprawdziliśmy i z czystym talerzem polecamy!

[Zobacz cykl kulinarny](#)



LE RUSTIQUE

Jedz w zgodzie z naturą

Kampania marki **Le Rustique** "Essen Sie im Einklang mit Natur" miała na celu zainspirowanie konsumentów do korzystania z produktów Le Rustique podczas przygotowania sezonowych potraw. Naszym zadaniem było stworzenie przepisów, przeprowadzenie sesji zdjęciowej i na jej podstawie zaprojektowanie landing page'a akcji. Oto efekty.



LE RUSTIQUE

Essen Sie im Einklang

mit der Natur

Frühling

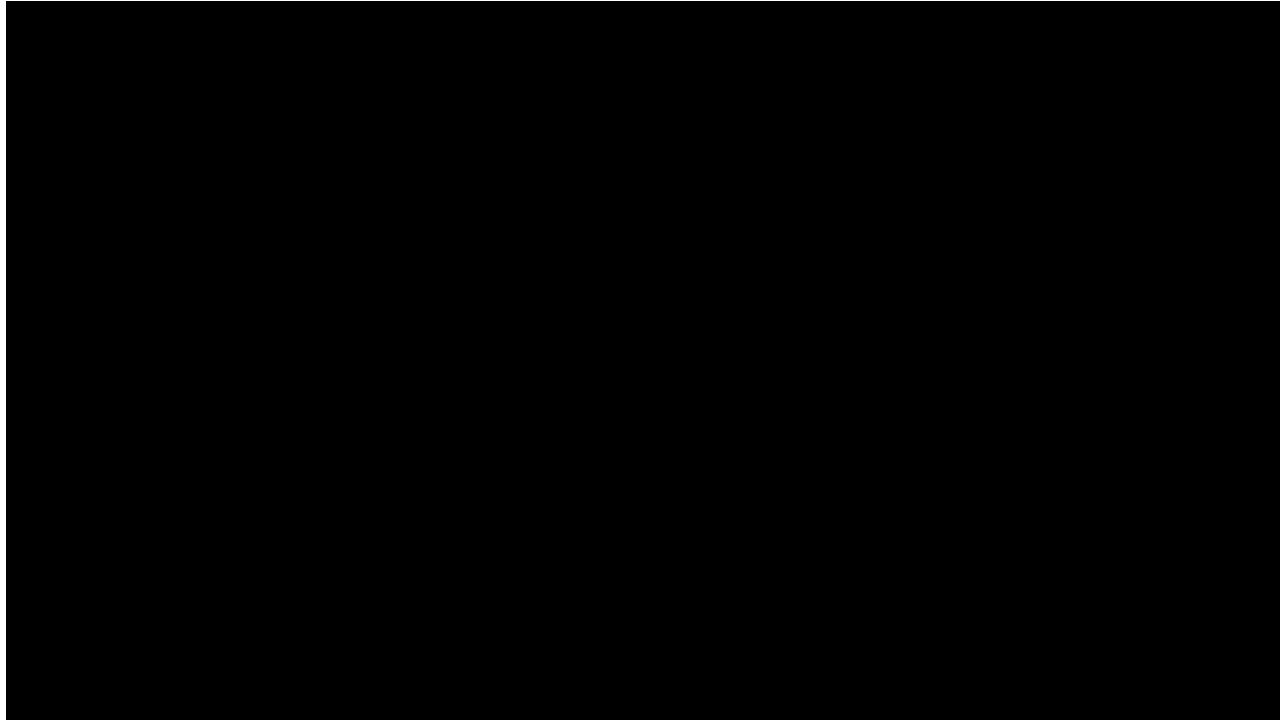
Winter

Sommer

Herbst

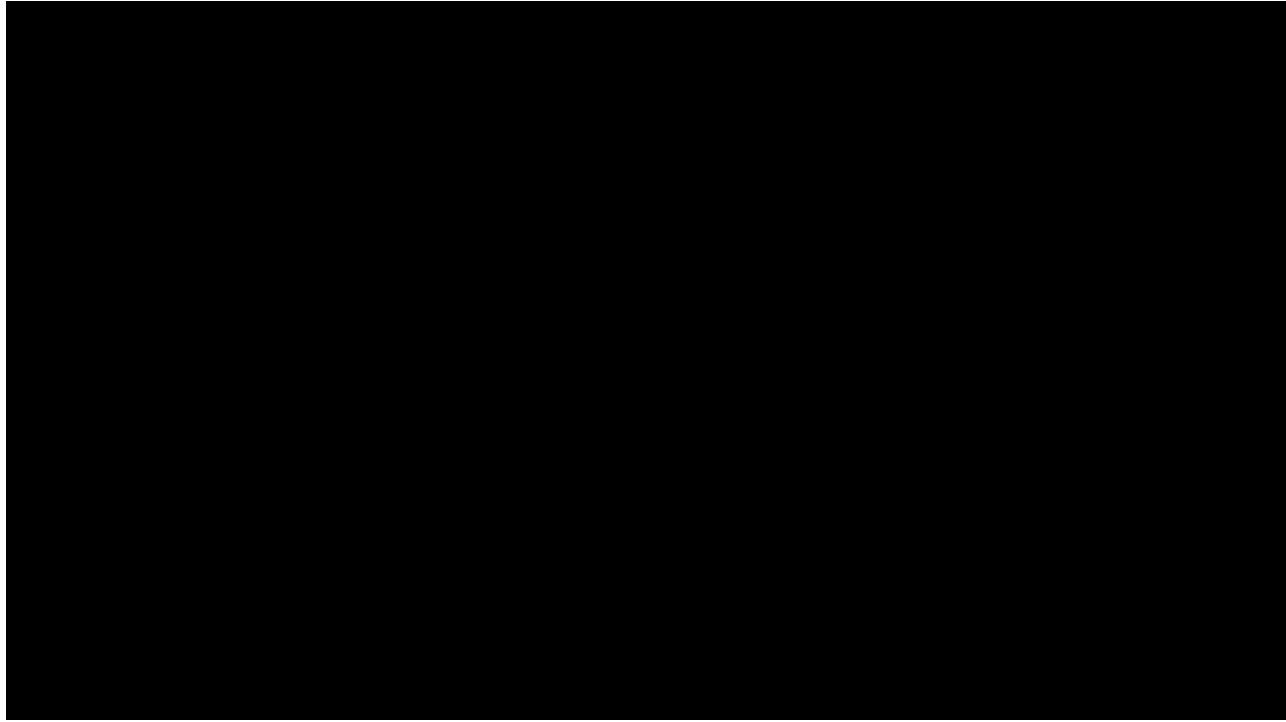


Odcinek 1 **Minipizzen mit Camembert Le Rustique und grünem Gemüse**





Odcinek 2 **Kartoffelkroketten mit Camembert Le Rustique**



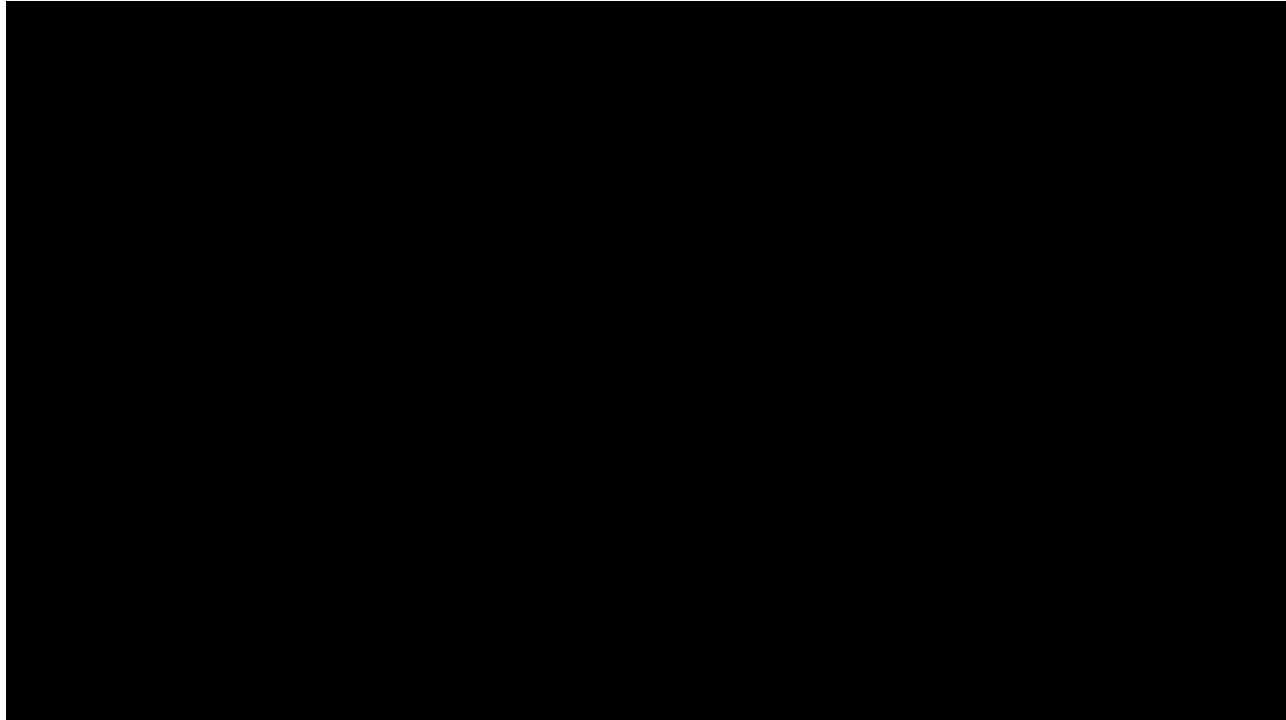








Odcinek 3 **Toasts mit Schinken, Ananas und Camembert Le Rustique**





LE RUSTIQUE

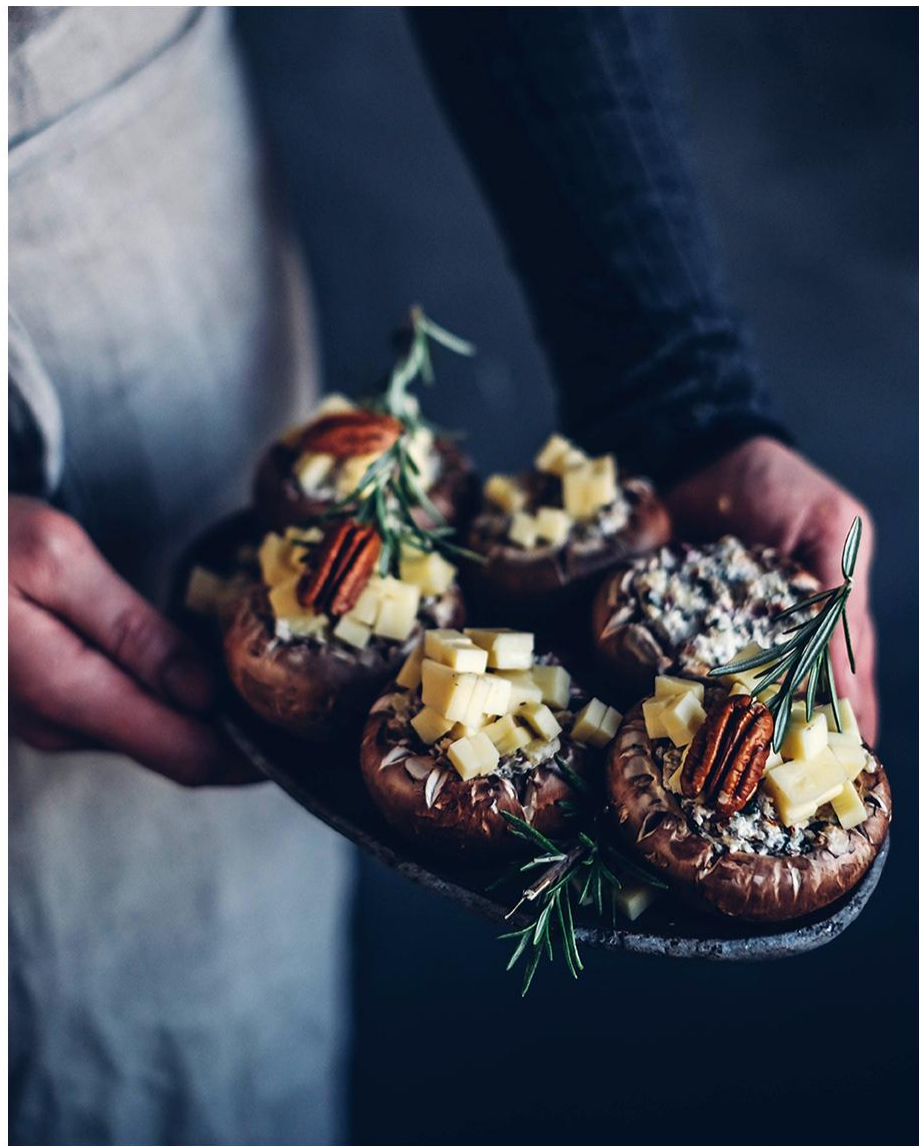
Serowi influencerzy

W ramach naszej akcji “Essen Sie im Einklang mit der Natur”, prowadzonej dla **Le Rustique**, zaprosiliśmy do współpracy popularnych niemieckojęzycznych influencerów foodowych. Podczas trzech edycji akcji współpracowaliśmy z kilkunastoma twórcami, którzy przygotowali fotografie, przepisy i video. Tutaj prezentujemy mały fragment akcji przygotowany przez berliński duet Our Food Stories.











Challenge

Naszemu klientowi zależało na przeprowadzeniu kampanii influencerskiej na rynku niemieckim, która wizualnie będzie pasowała do marki i która wygeneruje duże zaangażowanie.

Znalezienie influencerów, którzy idealnie pasują do brand personality to niełatwe zadanie, ale dopięliśmy celu.

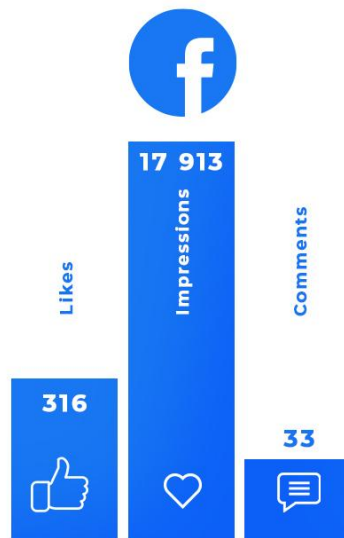
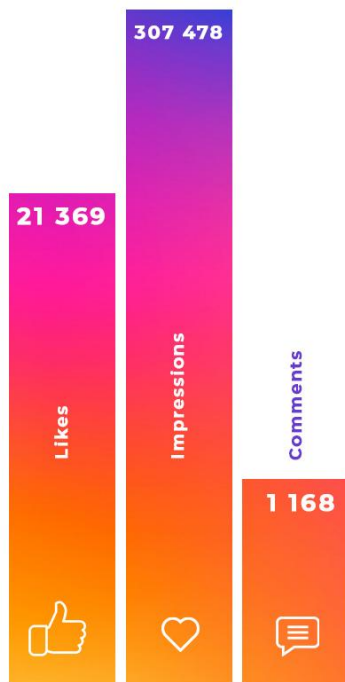
Rozwiązanie

W takich przypadkach nie polegamy wyłącznie na liczbowych zestawieniach zasięgu i followingu, ale uruchamiamy “miękki” research, w którym szczególnie prześwietlamy dotychczasowy dorobek, współpracy i estetykę, w jakiej porusza się influencer. Influencerzy, których zaangażowaliśmy do akcji to znane i lubiane w Niemczech postacie.

Efekt? W tym roku organizujemy czwartą edycję akcji influencerskiej Le Rustique.



Efekty kampanii influencerskich:





my smoker

Smakowite zdjęcia

Domowe przyrządzanie bardziej wymagających produktów to jeden z dominujących trendów ostatnich lat. W modzie są jogurtownice, maszyny do chleba, czy tak jak w tym przypadku - domowe wędzarnie, pozwalające przygotować wędzone mięsa, ryby, a nawet sery bez "chemii". Dla **MySmokera** stworzyliśmy identyfikację, logo, sesję zdjęciową oraz smakowite wizualizacje.



smoke food

**on your
OWN**













Challenge

Startup foodowy MySmoker sprzedaje domowe wędzarnie. Techniczny temat wędzenia należało przedstawić w smakowity sposób za pomocą sesji zdjęciowej, na podstawie której miała powstać strona.

Temat mięsa w reklamie food jest coraz bardziej passé - należało więc przedstawić go z klasą, uciekając od estetyki, do której przyzwyczyli nas zakłady mięsne.

Rozwiązanie

Nasz pomysł na sesję to wysmakowane fotografie w stylu martwych natur renesansowych mistrzów, pokazujące wędzenie jako starą, szlachetną metodę obróbki żywności - również dla wegetarian. Stąd w naszych fotografiach pojawiają się również wędzone sery i warzywa.

Kontrapunktem tej klasycznej stylizacji jest nowoczesna identyfikacja wizualna marki, którą stworzyliśmy. Symetryczne i łatwe w odbiorze logo odzwierciedla wygodę rozwiązania proponowanego przez MySmoker.



gula

Fun, tasty,
colorful

Gula to francuski startup, który oferuje klientom regularną dostawę zdrowych, bakaliowych przekąsek. Taka działalność wymagała odpowiedniej oprawy, dlatego stworzyliśmy dla **Guli** egzotyczny key visual i przeprowadziliśmy produktową sesję zdjęciową. Na podstawie tych działań mogliśmy przeprojektować również stronę naszego klienta. Dzięki naszym pomysłom obecność marki w Internecie jest atrakcyjniejsza i lepiej zapamiętywana.



COMME HEUREUX DE VOUS PRESENTER
VOS DIX SNACKS DU MOIS
BONNE DEGUSTATION

LA BOX
gula











Challenge

Gula miała świetny pomysł na biznes, który wymagał równie dobrego pomysłu na promocję. Naszym zadaniem było odświeżenie key visuala i dostosowanie UX strony do aktualnych trendów i oczekiwań klienta.

Rozwiązanie

Stworzyliśmy zupełnie nową, spójną i kreatywną estetykę marki. Zaczęliśmy od koncepcji graficznej i sesji zdjęciowej. Czyste i minimalistyczne zdjęcia produktowe były dla nas bazą, do której zaprojektowaliśmy KV i ikonografię. Zdecydowaliśmy się na motywy dżungli, ponieważ podkreślają one właściwości prozdrowotne produktów oraz ich egzotyczne smaki. Na końcu zaprojektowaliśmy stronę tak, by była łatwiejsza w użyciu i by lepiej przedstawiała charakter marki.

[Zobacz projekt](#)



Targ Jabłek w Auchan

Na zlecenie Auchan przyjęliśmy rolę biblijnego węża i stworzyliśmy kampanię wiodącą na pokuszenie. Promowane przez nas jabłka znalazły się na landing page'u w smakowitych przepisach, soczystych infografikach i interesujących projektach DIY. Na naszym landing page'u znajdziesz też przegląd gatunków - od A jak Antonówka do Z jak Złota Reneta.











Challenge

“Sprzedaj mi to jabłko” brzmi jak rekrutacyjne zadanie “sprzedaj mi ten długopis” - jabłko, jakie jest, każdy widzi. Do nas należało pokazanie jego ukrytych zalet i podanie klientom pomysłów na jabłkowe frykasy.

Rozwiązanie

Największym wyzwaniem było kreatywne, angażujące użytkownika podejście do tematu jabłek - wszyscy wiemy, że można z nich zrobić szarlotkę, ale słodkie jabłka na patyku i jabłkowe stempelki to nowość. Nasze pomysły ubraliśmy w atrakcyjne zdjęcia i przyciągające wzrok infografiki, które zatrzymywały odbiorców na stronie na dłużej.

[Zobacz projekt](#)



Auchan zlecił nam promocję swoich świeżych ryb. Stworzyliśmy więc landing page, na którym na atrakcyjnej infografice zaprezentowaliśmy różne ich gatunki, pokazaliśmy korzyści zdrowotne wynikające z włączenia ich do diety oraz podzieliliśmy się praktycznymi przepisami.







Głodni sukcesu?

Zapraszamy do współpracy

subko&co



DO
MORE.

Nasz zespół

Na pokładzie mamy zespół specjalistów - marketing managerów, performance marketerów, kreatywnych grafików i copywriterów, fotografów i animatorów, którzy zapewniają nam kompetencje i doświadczenie potrzebne do zrealizowania Twojego projektu.

subko&co



Kim jesteśmy

Jesteśmy butikową francusko-polską agencją digital marketingową. Rozumiemy rynek food, pasjonujemy się francuską kulturą gourmand. Dogłębna znajomość rynków francuskiego i polskiego, zwłaszcza branży spożywczej, pozwoliła nam na nawiązanie współpracy z takimi markami jak Auchan, Le Rustique, Moya Matcha czy Tentation Fromage.

subko&co

A woman with glasses is smiling and looking at a laptop. She is sitting at a desk in a modern office environment. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text 'Co robimy' is written in large white letters across the middle of the image.

Co robimy

To, co potrafimy najlepiej! Tworzymy angażujący content, przyciągające wzrok grafiki, zoptymalizowane strony internetowe, konwertujące kampanie, strategie i koncepcje kreatywne, które dają markom świeżość, wyróżnialność i efektywność. Inhousowy zespół specjalistów, pozwala nam konkurować jakością pracy z największymi sieciowymi agencjami, a wygrywać - zwinnym podejściem i rozwiązaniami szytymi na miarę.

subko&co



Insight & consultancy

tworzymy przemyślane
i efektywne strategie



Creative

realizujemy kreatywne,
smaczne i świeże kampanie



Social Media

budujemy zaangażowane
i lojalne społeczności
wokół marek



Activations

budujemy zaangażowanie
i pozytywne doświadczenia
konsumentów z marką



Digital

Sprawiamy, że Twoja
marka jest widoczna
i rozpoznawalna online



Integrated

dobieramy kanały
marketingowe dopasowane
do Twojego biznesu



Shopper marketing

pomożemy Twojemu
sklepowi sprzedawać więcej,
a klientom trafić prosto do
przycisku "kup"



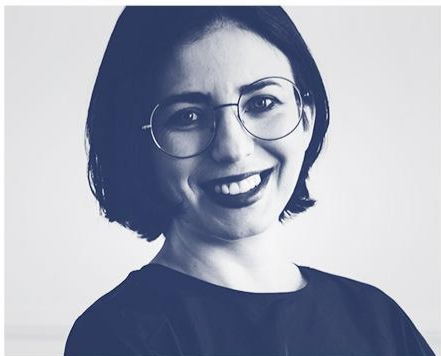
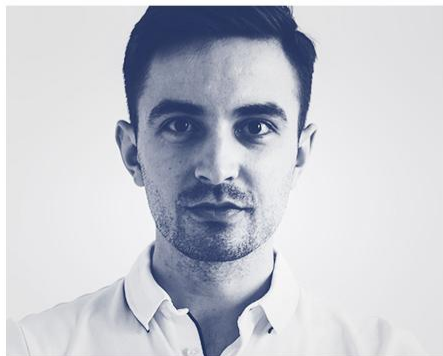
Influencer marketing

mówimy do klientów ustami
znanych i lubianych postaci, w stu
procentach dopasowanych do
osobowości Twojej marki



Video

produkujemy angażujący
branded content



Chętni na dokładkę?

Zapraszamy do stołu!



Marta Kostulska

New Business Manager

marta.kostulska@subko.co

+ 48 734 408 618

subko&co