

Fortune Cookie – renomowana brytyjska agencja interaktywna rozpoczyna działalność także na polskim rynku. Agencja wkrótce zamierza uruchomić dział obsługi klienta, a rozbudowany ciągle zespół techniczny już pracuje nad kilkoma projektami dla globalnych klientów agencji min.: UEFA i Europcar.

Polska jest jednym z największych i najważniejszych krajów Europy, którego atutami jest duży potencjał wzrostu i wysoko wykwalifikowani, zdolni ludzie. Powstanie oddziału w Polsce jest naturalnym krokiem, który ma na celu wzmocnienie pozycji spółki – mówi Szczepan Wąclaw, Dyrektor Zarządzający Fortune Cookie Poland.

W zlokalizowanym na Śląsku oddziale Fortune Cookie realizowane są między innymi zlecenia dla UEFA, eBookers oraz Europcar. Wkrótce do biura w Chorzowie dołączy kilka osób, które stworzą zespół dedykowany obsłudze firmy NetJets – ekskluzywnej linii lotniczej.

- Projekty, nad którymi pracujemy w Polsce to nie tylko tworzenie i utrzymanie serwisów internetowych, ale w znacznej mierze produkcja aplikacji na urządzenie mobilne, także tablety - mówi Szczepan Wąclaw.

Potencjał e-Polski

Brytyjski potentat branży interaktywnej ma w swoim portfolio projekty dla tak prestiżowych marek jak American Express, Canon, Legal & General, czy Small Luxury Hotels of the World (SLH). Dla tej ostatniej - zrzeszającej ekskluzywne małe hotele z całego świata, agencja przygotowała specjalną aplikację na iPhone'a, za pomocą której można nie tylko dowiedzieć się więcej na temat każdego z 500 hoteli działających w 75 państwach sieci. Zdaniem ekspertów Fortune Cookie, polski rynek interaktywny ma bardzo duży potencjał wzrostu i będzie się w najbliższych latach dynamicznie rozwijał. Motorem tego rozwoju jest fakt, że Polacy należą do najbardziej aktywnych użytkowników internetu i spędzają w nim więcej czasu niż przed telewizorami. Częściej niż inne narodowości korzystamy też z wyszukiwarek i chętniej dokonujemy zakupów przez Internet. Dodatkowo dostęp do sieci przez urządzenie mobilne staje się w Polsce coraz powszechniejsze i tańsze.

- Oznacza to, że do sieci będzie się przenosić coraz więcej procesów. Ludzie coraz więcej spraw chcą załatwiać przez Internet, a firmy będą zmuszone dostarczyć im takie usługi. Fortune Cookie ze swoją wiedzą i umiejętnościami jest w stanie pomóc wszystkim tym firmom, które chcą przekształcić, usprawnić i unowocześnić swoje kanały komunikacji – mówi Szczepan Wąclaw - Technologie, w których się specjalizujemy i które wdrażamy, należą do najnowocześniejszych, jakie są aktualnie dostępne, dlatego liczymy, że nasza oferta spotka się z dużym zainteresowaniem – tłumaczy.

Strategia sukcesu

Firma Fortune Cookie narodziła w 1997 roku się w Londynie, a zrealizowane przez nią projekty już ponad 40 razy zdobywały główne nagrody w najbardziej prestiżowych międzynarodowych konkursach branżowych. Jest też pierwszą agencją w Wielkiej Brytanii, która otrzymała status EPiServer Premium Partner, a od 1999 roku posiada certyfikat partnera firmy Microsoft. O skali projektów, którym jest w stanie podołać firma świadczy choćby fakt, że serwis internetowy Europejskiej Federacji Piłkarskiej UEFA odwiedza około 60 milionów użytkowników miesięcznie generując 210 milionów wyświetleń.

Sekretem sukcesu Fortune Cookie jest unikalne podejście do klientów. Nadrzędnym celem przy każdym projekcie jest zapewnienie maksymalnego zwrotu z inwestycji, jaką ponosi klient. Dlatego praca nad każdym nowym zadaniem zaczyna się od przygotowania szczegółowej strategii i przeprowadzenia badań. Od zleconego zadania zależy to, jaki zespół zostanie do niego skompletowany i jakie technologie zostaną wykorzystane do jego realizacji. Każdy projekt jest poprzedzony dokładnym badaniem potrzeb i oczekiwań klienta, a potem odbiorcy (badania typu „user experience”, „eye cracking”, „grupy focusowe” etc.).

Jesteśmy architektami, deweloperami i często zarządcami zrealizowanych już projektów. Cel, jaki stawiamy sobie przy

budowie każdego serwisu czy aplikacji jest sprawić, aby odwiedzający go użytkownik czuł się w nim komfortowo i łatwo znalazł te informacje, których szuka - mówi Szczepan Wąclaw.

Kilka faktów o Fortune Cookie:

W 2010 w rankingu New Media Age na liście 100 Topowych Agencji Interaktywnych, oceniona jako piąta z 500 agencji pod względem ROI*, wewnętrzne procesy agencji są certyfikowane według ISO (14001, 27001, 9001), usługi full digital service; Strategia, UX, Design, Budowa, Użytkowość, SEO, Analityka, Marketing, ponad 50 nominacji do nagród głównych w branży interaktywnej w ciągu 24 miesięcy, strategiczne partnerstwo z Microsoft i Apple, założona w 1997, zatrudnia dziś 85 pracowników, z obrotem 6,6 mln funtów rocznie, który stale rośnie, EPiServer Solutions Partner (wraz z certyfikowanymi deweloperami w Wielkiej Brytanii/ poza EPiServerami narodzonymi w Szwecji).

**w ocenie czytelników Revolution, Marketing and Media Week*

Więcej na stronie Fortune Cookie Polska: <http://fortunecookie.pl>

Fortune Cookie