

Curriculum Vitae



Adrian Tomaszewski

Data urodzenia: 18.02.1970 r.
Telefon: 504 179 065; e-mail: at@adriantomaszewski.com
Miejsce zamieszkania: Bielsko-Biała
Strona www (portfolio, referencje): www.AdrianTomaszewski.com

Cel zawodowy

Rozwój: poznawanie, odkrywanie, doświadczanie, tworzenie.

Podsumowanie zawodowe

Praca w sieciowych międzynarodowych agencjach reklamowych, działach marketingu oraz jako niezależny ekspert:

- projekty ATL i BTL - planowanie i realizacja;
- strategia komunikacji/komunikacja marketingowa - planowanie i realizacja;
- zarządzanie procesem prac nad projektami marketingowymi – koordynowanie i weryfikacja prac podwykonawców;
- szkolenia, warsztaty marketingowe i reklamowe – organizacja, samodzielne prowadzenie i autorskie programy szkoleń;
- projektowanie materiałów promocyjnych oraz systemów identyfikacji wizualnej – biegła znajomość narzędzi Adobe i Corel;
- znajomość zagadnień DTP, druku, prepress, typografii;
- copywriting – pisanie tekstów reklamowych, ofertowych, wizerunkowych;
- tworzenie nazw marek oraz koncepcji i strategii kreatywnych;
- organizowanie i prowadzenie pracy grupowej: prowadzenie warsztatów i szkoleń marketingowych, sesji kreatywnych, burz mózgów itp. prowadzenie własnych projektów oraz pozyskiwanie klientów;
- współpraca z agencjami reklamowymi, drukarniami freelancerami, fotografami itp.;
- doskonałe zrozumienie z klientami: działami marketingu i przedsiębiorcami;
- gruntowna wiedza z zakresu komunikacji marketingowej i psychologii reklamy.

Wykształcenie

Szkoła Trenerów Biznesu MERITUM w Katowicach – roczne szkolenie ukończone uzyskaniem certyfikatu trenerskiego EQF 5 (2011 – 2012).

Wyższa Szkoła Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych w Katowicach.

Studia magisterskie. Kierunek: zarządzanie i marketing. Specjalność: **reklama** (1998 – 2003).

Pomaturalne Studium Informatyczne NOVUM. Kierunek: Komputerowa Grafika Reklamowa i Wydawnicza (1995 – 1997).

Przebieg pracy zawodowej

Obecnie – (nieustannie od 1.02.2005) – grupa marketingowa AUTOR (www.grupaautor.p) – właściciel.

*Od 17.02.2014 do 15.09.2014 – Agencja Reklamowa **ArtGroup** – dyrektor kreatywny.*

ZADANIA: planowanie, opracowywanie, koordynowanie i nadzorowanie wszystkich prac związanych z procesem kreacji w zakresie realizacji strategii reklamowej, wizerunkowej; czuwanie nad zgodnością pracy działu kreatywnego ze wszystkimi założeniami projektu; zarządzanie zespołem działu kreatywnego – motywowanie, rozwijanie kompetencji i inspirowanie zespołu w celu maksymalizacji kreatywności i efektywności pracy; nadzorowanie rekrutacji pracowników działu kreatywnego; czynne wspieranie sprzedaży – prezentacja kreacji i koncepcji kampanii i innych działań reklamowych przed klientem; szerzenie wiedzy i rozwijanie zespołu w celu rozwijania kompetencji pracowników i realizacji strategii rozwoju wew. – dzielenie się wiedzą specjalistyczną.

Od 13.05.2013 do 14.02.2014 – SKOFF Sp z o.o. – specjalista ds. marketingu – grafik.

ZADANIA: projektowanie, wizualizacja i nadzór nad materiałami marketingowo-promocyjnymi. Przygotowanie prezentacji handlowych. Przygotowanie i koordynacja działań związanych z wydarzeniami branżowymi (targi, spotkania, konferencje). Kreowanie wizerunku firmy przez zarządzanie treścią firmowego serwisu www. Współtworzenie kampanii reklamowych. Dobieranie narzędzi promocyjnych w ramach akcji marketingowych. Analiza rynku i konkurencji w zakresie działań promocyjnych, stosowanych form graficznych. Współpraca z dostawcami usług (drukarnie, studia graficzne, agencje reklamowe). Tworzenie strategii działań graficznych.

Od 01.02.2005 – własna działalność gospodarcza – niezależny ekspert, koordynator projektów, trener.

ZADANIA: samodzielne prowadzenie projektów marketingowych: opracowanie briefów, współtworzenie strategii komunikacji, planowanie i kreacja materiałów promocyjnych (grafika, DTP), kreowanie i zarządzanie systemami tożsamości wizualnej. Aktywne poszukiwanie klientów. Zarządzanie pracą dostawców usług marketingowych (freelancerów, drukarni, fotografów). Organizowanie i prowadzenie szkoleń marketingowych.

KLIENCI (m.in.): Allegro.pl, Intermarche, Philips Polska, mBank, Makita, Firma Wiśniowski, TZMO Toruń, Amplico, Agencja Rozwoju Przemysłu SA, Link 4, Pracuj.pl, Microsoft, Polkomtel, Starthotel.pl, Impulsy.pl, IQ Marketing, Genero, Red 8, Lemoniada, Barlett, Pegasus Advertising, Wizard, smARTcat, Sinea Group, Wizard.

02.04.2004 – 10.12.2004 – Polymus – senior copywriter.

ZADANIA: tworzenie tekstów reklamowych (BTL, outdoor, prasa), tworzenie koncepcji marketingowych, scenariuszy reklam, imprez i eventów, współtworzenie strategii komunikacji.

KLIENCI: m.in. Heyah, Królewskie, 4FunTv, Diageo, M1, Premium Club, Masterfoods.

15.09.2003 – 31.03.2004 - V&P – senior copywriter.

ZADANIA: współtworzenie mechanizmów promocji sprzedaży, tworzenie koncepcji marketingowych, scenariuszy reklam, imprez i eventów, tworzenie tekstów reklamowych (BTL, prasa, outdoor), współtworzenie strategii komunikacji.

KLIENCI: Era Tak Tak, AgrosNOVA, Nivea, Kompania Piwowarska, Coty, Goodyear.

01.03.2002 – 31.08.2003 - Young & Rubicam Poland – senior copywriter.

ZADANIA: tworzenie koncepcji marketingowych, opracowanie tekstów i scenariuszy reklam (BTL, Direct Marketing, infolinie, radio), współtworzenie strategii komunikacji.

KLIENCI: Philip Morris, Wasa Barilla, Idea Optima, Warka.

17.02.2000 – 28.02.2002 – Ogilvy One Poland – copywriter/senior copywriter.

ZADANIA: tworzenie koncepcji marketingowych, współtworzenie mechanizmów promocji sprzedaży, tworzenie scenariuszy i tekstów reklam (BTL, prasa, Direct Marketing, radio), współtworzenie strategii komunikacji.

KLIENCI: m.in. BP, Commercial Union, Unicom BOLS Group, IBM, Mattel, Leroy Merlin, US Pharmacia.

01.10.1999 – 14.02.2000 – Volta Sp. z o.o. – specjalista ds. promocji i reklamy

ZADANIA: przygotowanie materiałów promocyjnych: ogłoszeń prasowych i ofert handlowych. Wykonanie i aktualizacja serwisu www. Współpraca z agencjami reklamowymi. Opieka nad wystrojem salonu i ekspozycją handlową.

01.12.1996 – 30.09.1999 – Altkom Akademia – wykładowca - Microsoft Certified Trainer.

ZADANIA: prowadzenie zaawansowanych szkoleń z zakresu sieci komputerowych opartych na Microsoft Windows NT 4.0. Prowadzenie szkoleń z Corela, doradztwo. Dodatkowo: wykonanie i aktualizacja serwisu www oraz przygotowanie reklam prasowych.

Agencja Reklamowa Kolart – Grafik (1996)

ZADANIA: projektowanie i przygotowanie materiałów promocyjnych: ulotki foldery, opracowanie logo.

Współpraca

Agencje reklamowe – kreacja materiałów promocyjnych i koncepcji kreatywnych: Genero, IQ Marketing, Red 8, Lemoniada, Barlett, Pegasus Advertising, Wizard, smARTcat, Sinea Group, Wizard.

Firmy szkoleniowe i uczelnie (Szkola Główna Handlowa w Warszawie i Uniwersytet Śląski w Katowicach) – prowadzenie autorskich szkoleń, wykładów z reklamy i marketingu.

Wiedza i umiejętności

Certyfikat trenerski EQF 5 (European Qualification Framework).

Znajomość zagadnień IT – certyfikaty Microsoft: MS Certified System Engineer, MS Certified Trainer, MS Product Specialist. Znajomość systemów CMS: Wordpress, Joomla.

Praktyczna znajomość m.in.: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Corel DRAW, Adobe Dreamweaver, MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Prezi, Cubase.

Praktyczna znajomość narzędzi do budowania serwisów www: Wordpress, Joomla, Adobe Dreamweaver.

Umiejętności prezentacyjne, bardzo duże doświadczenie w prowadzeniu (i samodzielnej organizacji) szkoleń oraz warsztatów marketingowych):

- **Szkoła Główna Handlowa w Warszawie** - prowadzenie wykładów z copywritingu dla studentów Podyplomowych Studiów Nowoczesnej Promocji.
- **Prowadzenie autorskich szkoleń** z obszarów: marketing, reklama, grafika i DTP, kreatywność w marketingu i reklamie (programy na mojej stronie www.AdrianTomaszewski.com)
- Współpraca z firmami szkoleniowymi: High 5, KDK Info, Eskadra, AP Edukacja, Brief Akademia, COSM, ITC Grupa.
- **Przeprowadzone szkolenia dla** menedżerów, pracowników PR i marketingu oraz handlowców z firm (m.in.): Intermarche, PKO BP, Orlen Oil, Platinum Orlen Oil, P4 (Play Mobile), Eurobank, mBank, BGŻ, Axa, Pracuj.pl, Makita, Era GSM, Heel, PGNIG, TNS OBOP, Bank Poczty, FM Logistic, Totalizator Sportowy, Bankier.pl, Eskadra, TVNMarketingowiec.pl, DAX Cosmetics, Bank Spółdzielczy, Mediarun, Poznań - miasto know how, Telepizza, SKOK Stefczyka, Sokpol, KIR (Krajowa Izba Rozliczeniowa S.A.), Kraków Airport, SPEC S.A., Ministerstwo Infrastruktury, Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Cersanit S.A., Big Star i in.

Sukcesy

Samodzielne pozyskanie - jako niezależny ekspert - bezpośrednich klientów moich szkoleń – m.in.: Allegro.pl, Intermarche, Philips Polska, mBank, Makita, Firma Wiśniowski, TZMO Toruń, Amplico, Agencja Rozwoju Przemysłu SA.

Nagroda - wyróżnienie na Festiwalu **Złote Orły 2004** za muzykę do kampanii reklamowej "Mastercook - nadaje ton".

Nagroda w konkursie **Boomerang 2002** oraz wyróżnienie w konkursie Złota Strzała za pracę "Kraft Top 100" dla Kraft Foods Polska (2002).

Nominacja do nagrody Festiwalu **Złote Orły** za pracę dla IBM Polska "Tak smakuje sukces" (2001).

Statuetka czasopisma branżowego Rynki Alkoholowe za reklamy prasowe dla wódki Bols (2000). Przyznana zespołowi tworzącemu reklamy prasowe dla detalistów, w którym byłem odpowiedzialny za teksty i koncepcje reklam.

Publikacje

Książka: "Książeczka zdrowia copywritera", wyd. OnePress (2006)

Książka: "Reklamowa gra w słowa", wyd. Legal Support (2007)

Referencje

Referencje od: pracodawców, klientów i uczestników moich szkoleń dostępne są na mojej stronie: www.AdrianTomaszewski.com

Sposób pracy

Sprzedaż - przedstawiam i opisuję produkt w taki sposób, aby go skutecznie **sprzedawać**.

Efektywność - moje prace traktuję jak **narzędzia**, dzięki którym Klient osiąga swój cel: SPRZEDAŻ, kreację wizerunku, rozwój.

Zawsze mówię tym samym językiem z Klientami, których celem jest efektywna sprzedaż swoich produktów i usług. Sam jestem przedsiębiorcą, dlatego doskonale rozumiem znaczenie skuteczności w marketingu i reklamie.

Pracę dla Klienta porównuję do 3-kondygnacyjnego, solidnego domu, w który mieszka dobry duch twórczy.

Fundamentem jest doświadczenie. **Parter** stanowi zrozumienie potrzeb Klienta. Dopiero **piętra** - to wsparta na dwóch poprzednich elementach kreacja. Nie ograniczamy ilości pięter, ale pamiętamy o solidnych fundamentach i parterze (bez nich dom się zawali).

Więcej informacji o moich kompetencjach:

Portfolio projektów marketingowych i reklamowych, referencje i lista marek i klientów, dla których pracowałem – dostępne są na mojej stronie www.AdrianTomaszewski.com

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych zawartych w mojej ofercie pracy dla potrzeb niezbędnych do realizacji procesu rekrutacji zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926, ze zm.)