

9

**GEN**  
**ERA**  
**TION**

KIM JEONGGOM ?



# TECH & DATA DRIVEN INFLUENCER MARKETING

Jesteśmy agencją specjalizującą się w influencer marketingu, działaniach advocacy oraz współpracy z content creatorami. Nasze działania opieramy na stworzonych inhouse, sprawdzonych procesach obsługi współprac oraz danych zebranych na podstawie kilku tysięcy publikacji z naszymi Klientami i Twórcami! Posiadamy także własny management Twórców działających na platformach TikTok, Instagram oraz Youtube.

## ZESPÓŁ INFLUENCERSKI

złożony ze specjalistów, znających rynek influencerski i rozumiejących potrzeby Klientów.

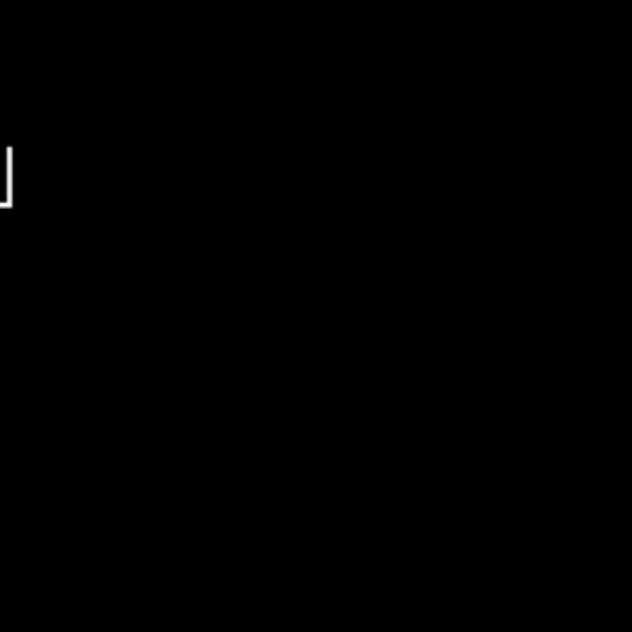
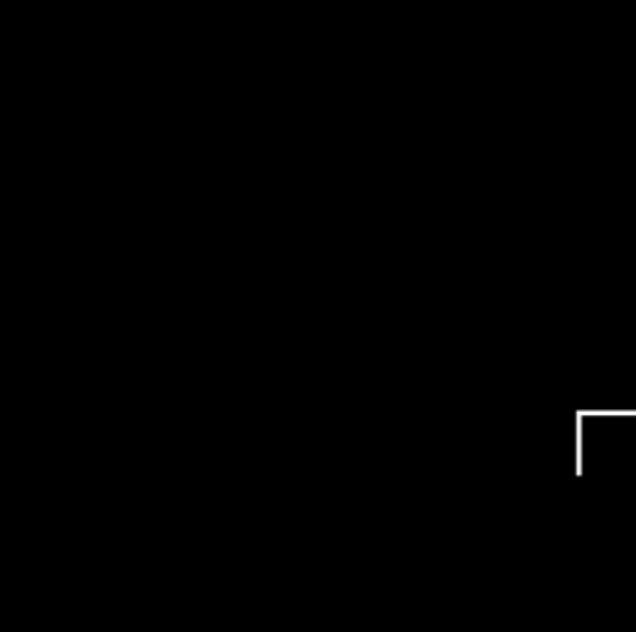
## MANAGEMENT GEN9

na wyłączność współpracujemy z utalentowanymi i popularnymi twórcami, wspierającymi komunikacje brandów na swoich kanałach.



## NARZĘDZIA

używamy narzędzi pozwalających na ilościowy jak i jakościowy dobór twórców. Pracujemy także nad rozwojem naszego dedykowanego narzędzia wykorzystującego rozwiązania AI do pozyskiwania i automatyzacji procesów w obszarze influencer marketingu.



# NASI KLIENCI

9



dreame



alpro

GOSH  
COPENHAGEN



DOUGLAS



lekko

wojas



Long  
Chips



ORIFLAME  
SWEDEN



Colon  
SUPLEMENT DIETY

B B C

Butcher's  
natural nutrition

GARETT

empik

Media Markt

eony  
meony



BUNNY  
NINJA

SIROWAGROUP  
Health and Beauty Care



X-KOM

DaGrasso

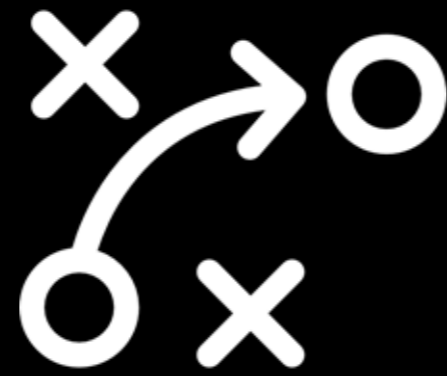
Health Labs

waterdrop

## KOMPLEKSOWA OFERTA

W Generation9 oferujemy kompleksowe podejście do influencer marketingu, łącząc strategię, kreację i produkcję.

Dzięki naszemu doświadczeniu i wszechstronności jesteśmy w stanie zapewnić pełne wsparcie na każdym etapie kampanii – od planowania, przez realizację aż po analizę efektów.



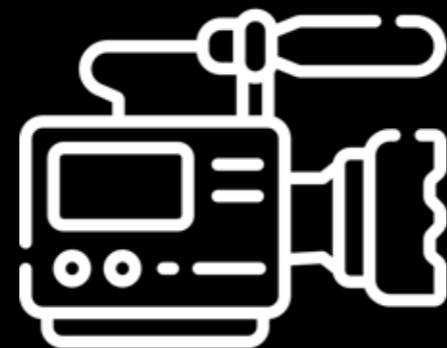
### STRATEGIA

Tworzymy spersonalizowane strategie dopasowane do potrzeb i możliwości klienta, które są fundamentem skutecznych działań. Dzięki strategicznemu podejściu osiągamy wyznaczone cele i maksymalizujemy efektywność kampanii.



### ZAPLECZE KREATYWNE

Nasz zespół to eksperci w tworzeniu kreatywnych rozwiązań, które przyciągają uwagę i angażują grupę docelową. Oferujemy innowacyjne pomysły, które wyróżniają kampanie i budują trwałe relacje z odbiorcami.



### ZAPLECZE PRODUKCYJNE

Dysponujemy doświadczonym zespołem produkcyjnym, który w razie potrzeby realizuje profesjonalne sesje zdjęciowe i wideo. Tworzymy materiały o wysokiej jakości wizualnej, które mogą być wykorzystywane zarówno na kanałach influencerów, jak i na kanałach klienta, dostosowując je do specyfiki każdej platformy.

# INFLUENCER MARKETING

Dostosowujemy nasze działania do potrzeb klienta i specyfiki kampanii, oferując różnorodne formy współpracy z influencerami z różnych obszarów.



## ADVOCACY

Budujemy długofalowe relacje z twórcami, którzy stają się ambasadorami marki. Dzięki regularnej współpracy i autentycznemu zaangażowaniu influencerów tworzymy trwałe połączenie marki z jej odbiorcami, wzmacniając zaufanie i lojalność.



## MACRO & MICRO

Współpracujemy z twórcami macro i micro, zapewniając idealne dopasowanie do specyfiki kampanii. Macro influencerzy zwiększają widoczność marki w szerokiej skali, a micro influencerzy wnoszą autentyczność i budują zaufanie w bardziej spersonalizowany sposób. To połączenie gwarantuje efektywność i różnorodność działań.



## EVENTY

Organizujemy unikalne wydarzenia, które pozwalają influencerom doświadczyć marki na żywo i dzielić się tym z ich społecznościami. Dzięki zaangażowaniu twórców wydarzenia generują organiczny zasięg i autentyczny content, który wzmacnia przekaz kampanii.



## WYSYŁKI KREATYWNE

Tworzymy przemyślane i unikalne zestawy produktów, które dostarczamy twórcom, inspirując ich do tworzenia autentycznego contentu. Dzięki kreatywnemu podejściu wysyłki stają się nie tylko okazją do prezentacji produktu, ale także wyjątkowym doświadczeniem, które influencerzy chętnie dzielą ze swoimi odbiorcami.

# NARZĘDZIA

Każdy rekomendowany influencer jest przez nas sprawdzony tak aby jego content spełniał zasady brand safety, a opinia o nim nie szkodziła markom chcącym się z nim związać.

W procesie rekomendowania influencerów wykorzystujemy olbrzymie doświadczenie naszego zespołu ale także programy dedykowane do wyszukiwania, weryfikowania jakości followersów czy też badania sentymentu dotyczącego danego influencera.



Pracujemy także nad narzędziem, które zautomatyzuje przygotowanie ofert i weryfikację twórców, wykorzystując najnowsze technologie oraz naszą siedmioletnią bazę danych, która zawiera analizę kilku tysięcy publikacji u influencerów.



# ZODI: założenia i misja

Platforma do kampanii z twórcami zbudowana wokół AI, danych i automatyzacji.

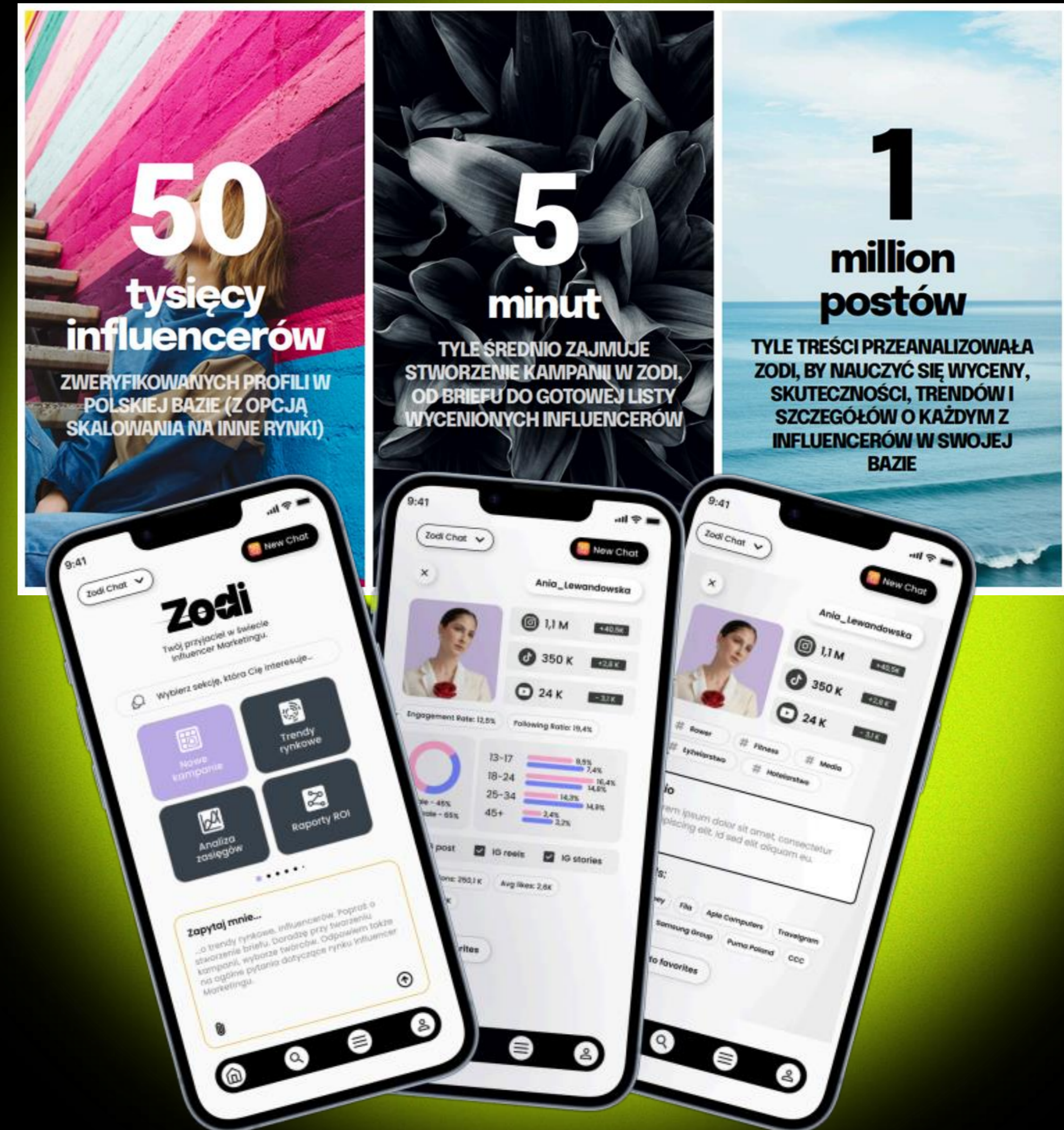
Interfejs chatowy: prowadzisz projekt „pisząc”, bez formularzy i przełączania narzędzi (ekran startowy + chat).

Odpowiada na typowe bolączki branży: ręczne procesy, tool-spaghetti, „zgadywane” strategie, trudność w mierzeniu efektów.

Korzysta z dużej bazy wiedzy o IM i danych o ~50 000 twórcach (PL), działa lokalnie i globalnie.

Dla marketerów, agencji i twórców; prosta, dostępna i mierzalna od pierwszego dnia.

**Influencer Marketing w przyjaznym czacie  
JESZCZE NIGDY NIE BYŁO TO TAK PROSTE**



# ZASADA ODPOWIEDZIALNEGO WPŁYWU

9



[www.influencermarketing.org.pl](http://www.influencermarketing.org.pl)

Współpracując z influencerami zawsze kierujemy się zasadą odpowiedzialnego wpływu. W ramach naszych działań wszystkie współpracę reklamowe oznaczane są w prawidłowy i zgodny z przepisami sposób. Influencerzy dobrani do kampanii tworzą treści brand & consumer friendly, które nie stoją w sprzeczności do żadnych z obowiązujących norm i zasad społecznych.

Jesteśmy członkiem IAB Polska i współtwórcami „Przewodnika po influencer marketingu” w którym zawarte są przepisy dotyczące oznaczania współprac reklamowych oraz ogólne zasady współpracy z influencerami.

Nasz zespół aktywnie uczestniczył w tworzeniu „Rekomendacji Prezesa UOKiK dotyczących oznaczania treści w mediach społecznościowych” i dalej uczestniczy w procesie udoskonalania istniejących przepisów.

Jesteśmy członkami:

**SPIM**

**iab**.polska



# PRACUJEMY Z CAŁYM RYNKIEM INFLUENCERÓW



# Kampanie międzynarodowe

**Poszerzamy naszą ofertę o rynki z regionów CEE, Europy Zachodniej i Skandynawii.**

Współpracując z influencerami oraz managementami z całej Europy, oferujemy pełne wsparcie w prowadzeniu kampanii na rosnącej liczbie rynków.

Partnerstwa te umożliwiają nam współpracę z innymi specjalistami od influencer marketingu, z doświadczeniem w konkretnych regionach.

Nasze narzędzia pozwalają nam na wyszukiwanie twórców z całego świata, a także dopasowywanie ich do konkretnego produktu lub usługi w każdej pożądanej niszy.

**Nasze możliwości szybko rosną, więc z chęcią omówimy wszelkie zapytania międzynarodowe na indywidualnym spotkaniu.**



# BABE STUDY





**CLIENT: E.WEDEL**  
**FORMAT: WSPÓŁPRACA INFLUENCERSKA**  
Instagram / TikTok / Wysyłka kreatywna / Event

# E.Wedel

## – prosta droga do przyjemności

01

### Cel kampanii:

Pokazanie, że czekolada Wedel to nie tylko smak, a całe doświadczenie przyjemności, które każdy może odkrywać na swój sposób. Zbudowanie emocjonalnego połączenia z marką i zaproszenie odbiorców do Fabryki Czekolady E.Wedel, poprzez twórców reprezentujących różne style życia, nastroje i codzienności.

02

### Jak udało się dowieźć cel:

- W kampanii wzięło udział kilkunastu popularnych twórców, w tym Bagi i Inez, Bartie, Kasia Szewczyk, Ola Tatka czy Julia Zalewska.
- Kampania była podzielona na 3 etapy – event w Fabryce Czekolady E.Wedel, wysyłkę kreatywną oraz publikacje twórców.
- Twórcy pokazywali własne, autentyczne momenty przyjemności – od intensywnych aktywności po chill na kanapie - gdzie główną rolę odgrywała czekolada Wedel.
- Postawiliśmy na różnorodność i dopasowanie: kulinaria, lifestyle, GenZ, parenting, wellness – każdy influ miał przestrzeń, by pokazać swój unikalny vibe.

03

### Rezultaty:

Kampania odświeżyła wizerunek marki w social mediach, pokazując Wedel jako nowoczesny symbol przyjemności, z którym można się utożsamiać. Twórcy stworzyli autentyczne, angażujące treści, a czekolada stała się realnym powodem emocji – nie dodatkiem, ale impulsem do działania.

# Ptasie Mleczko

## - kampania Spróbuj Mrożone

### Cel kampanii:

01

Wprowadzenie na rynek i zbudowanie rozpoznawalności dwóch limitowanych smaków Ptasiego Mleczka – **Jagodowy Shake** oraz **Mascarpone z Malinami** – w nowej, letniej odsłonie, zachęcającej konsumentów do spróbowania produktu w mrożonej wersji. Kampania miała na celu zwiększenie zaangażowania wśród młodszych grup odbiorców oraz stworzenie unikalnego, wakacyjnego doświadczenia związanego z marką.

### Jak udało się dowieźć cel:

02

- **Współprace z influencerami** – zaprosiliśmy twórców do kreatywnego wyzwania „Spróbuj Mrożone”, w ramach którego testowali Ptasie Mleczko po zmrożeniu i dzielili się wrażeniami ze swoimi społecznościami.
- **Wysyłka kreatywna** – przygotowaliśmy mini zamrażarki wypełnione zmrożonym Ptasim Mleczkiem, które trafiły do influencerów, mediów i partnerów marki, tworząc efekt „wow” i podkreślając letni charakter akcji.
  - **Aktywacje festiwalowe** – na wydarzeniach **Santander Letnie Brzmienia** zorganizowaliśmy specjalne strefy marki, w których uczestnicy mogli spróbować mrożonego Ptasiego Mleczka oraz otrzymać limitowane gadżety (ręczniki plażowe, torby plażowe, bucket hats) zaprojektowane i wyprodukowane specjalnie na potrzeby kampanii.

### Rezultaty:

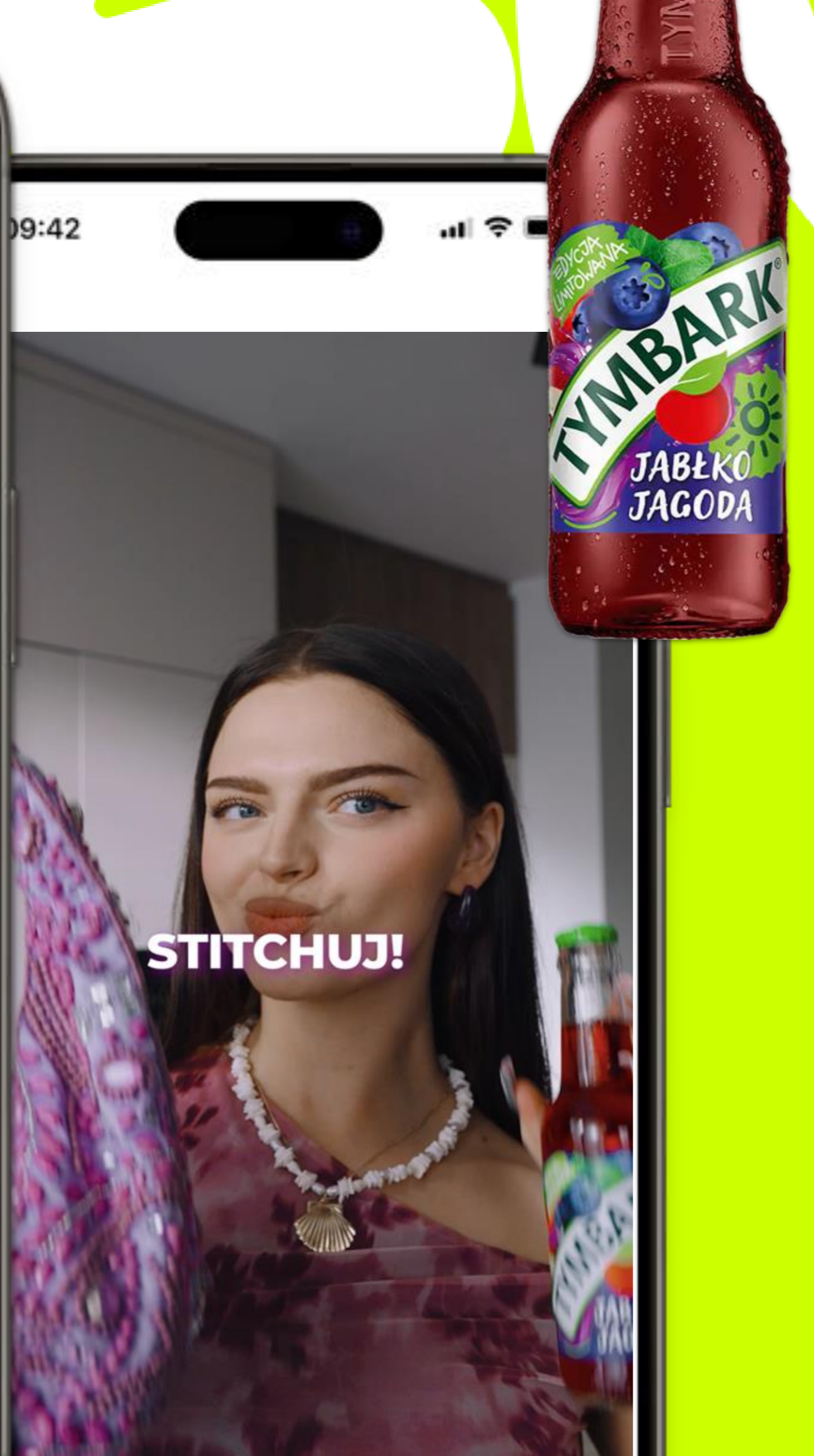
03

Kampania spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem zarówno w mediach społecznościowych, jak i podczas wydarzeń na żywo. Treści tworzone przez influencerów wygenerowały setki tysięcy wyświetleń i liczne komentarze zachęcające do spróbowania mrożonej wersji Ptasiego Mleczka. Dzięki strefom festiwalowym oraz limitowanym gadżetom marka wzmocniła swój wizerunek jako kreatywnej i bliskiej młodszym konsumentom, docierając do tysięcy osób w letniej, pozytywnej atmosferze.

CLIENT: PTASIE MLECZKO  
FORMAT: WSPÓŁPRACA INFLUENCERSKA  
Instagram / TikTok / Wysyłka kreatywna / Eventy



CLIENT: TYMBARK  
FORMAT: WSPÓŁPRACA INFLUENCERSKA  
Instagram / TikTok / Produkcja



# Tymbark

## - limitowany smak Jabłko-Jagoda

01

### Cel kampanii:

Wprowadzenie na rynek i zbudowanie świadomości limitowanego letniego smaku Tymbark jabłko-jagoda, ze szczególnym naciskiem na dotarcie do młodszej grupy konsumentów. Kampania miała pobudzić ciekawość, zbudować trend wokół nowego smaku i podkreślić energiczny, radosny charakter marki.

02

### Jak udało się dowieźć cel:

Zaangażowaliśmy jedne z najgorętszych nazwisk młodej sceny influencerów – **HiHania**, **Klaudia Sadownik**, **Przemek Kucyk**, **Ewa Zawada** – oraz 15 dodatkowych twórców wspierających kampanię w social mediach. Opracowaliśmy kreatywną koncepcję, koordynowaliśmy działania wszystkich influencerów oraz wyprodukowaliśmy materiały wideo i foto zarówno na kanały marki Tymbark, jak i czterech głównych ambasadorów kampanii. Produkcja została zrealizowana we współpracy z naszym domem produkcyjnym **9Production**, co pozwoliło na zachowanie spójnej jakości i energicznego, letniego klimatu.

03

### Rezultaty:

Kampania wygenerowała ogromne zainteresowanie w mediach społecznościowych, angażując setki tysięcy odbiorców w interakcje z marką. Dzięki współpracy z popularnymi twórcami młodego pokolenia Tymbark skutecznie dotarł do swojej kluczowej grupy docelowej, a energiczny i kolorowy content podkreślił letni charakter limitowanego smaku. Akcja wzmocniła wizerunek marki jako bliskiej młodym konsumentom i wpisującej się w ich styl życia.

# Wojas

## – kampanie z duetami influencerów dla kolekcji sezonowych

### Cel kampanii:

01

Wypromowanie kolekcji obuwniczych marki Wojas na sezon **jesień-zima 2024** oraz **wiosna-lato 2025** w sposób atrakcyjny wizualnie, autentyczny i dopasowany do estetyki marki, a także zwiększenie sprzedaży poprzez bezpośrednie zaangażowanie odbiorców.

### Jak udało się dowieźć cel:

02

Postawiliśmy na **autentyczność i siłę influencer marketingu**, współpracując z popularnymi twórcami, których wizerunek i styl doskonale rezonują z grupą docelową marki. Dwukrotnie zdecydowaliśmy się na formułę duetów – **Andziaks i Luka**, a także **Andziaks i Małgorzata Socha** – co pozwoliło uzyskać spójne, atrakcyjne wizualnie materiały, jednocześnie mocno zakorzenione w codziennym stylu życia influencerów.

Publikacje pojawiły się na **Instagramie** i **YouTube**, a dzięki naturalnemu wpleceniu produktów w content twórców kampania zyskała wysoki poziom autentyczności i zaangażowania.

### Rezultaty:

03

Kampanie spotkały się z bardzo pozytywnym odbiorem – odbiorcy aktywnie reagowali na publikacje, pytali o konkretne modele butów i chętnie korzystali z kodów rabatowych. Dzięki synergii wizerunku influencerów i estetyki marki materiały wzmocniły pozycjonowanie Wojasa jako brandu modowego łączącego nowoczesny styl z autentycznością.



CLIENT: WOJAS  
FORMAT: WSPÓŁPRACA INFLUENCERSKA  
Instagram / Stories / YouTube



CLIENT: COLON C (ORKLA CARE)  
FORMAT: WSPÓŁPRACA INFLUENCERSKA  
Instagram / Facebook / Influencerzy



# Colon C

- kampania edukacyjna z udziałem ekspertów

01

## Cel kampanii:

Zbudowanie świadomości marki Colon C w kontekście zdrowia jelit oraz edukacja konsumentów na temat roli błonnika i zdrowych nawyków wspierających trawienie. Kluczowym celem było pozycjonowanie Colon C jako eksperckiego rozwiązania na problemy z jelitami i wprowadzenie produktu w codzienne nawyki odbiorców.

02

## Jak udało się dowieźć cel:

W kampanii postawiliśmy na **wiarygodnych ekspertów i specjalistów** – głównie dietetyków klinicznych, ekspertów z zakresu żywienia oraz wybranych doktorów nauk medycznych. Dzięki swojej wiedzy i doświadczeniu twórcy skutecznie łączyli tematykę zdrowych jelit z codziennymi zwyczajami odbiorców, pokazując, jak naturalnie wpleść Colon C w codzienną rutynę.

Komunikacja opierała się na dwóch filarach – edukacji na temat zdrowia jelit i praktycznych wskazówkach dotyczących stosowania produktu w sytuacjach, gdy pojawiają się problemy trawienne. Dzięki temu przekaz był spójny, zrozumiały i angażujący dla szerokiego grona odbiorców.

W kampanii wzięło udział **8 influencerów**, w tym m.in. **Anna Komisarczyk (@zdrowe.nawyki)**, **Agata Stawińska (@dietetyka\_w\_pigulce)** i **Damian Parol (@dr.damian.parol)**.

03

## Rezultaty:

Kampania wzmocniła ekspercki wizerunek Colon C oraz zwiększyła rozpoznawalność marki w kontekście zdrowia jelit. Dzięki autentycznym treściom przygotowanym przez influencerów konsumenci otrzymali wiedzę o roli błonnika i zdrowych nawyków wspierających trawienie w przystępny i wiarygodny sposób, co przełożyło się na pozytywny odbiór marki i większe zaufanie do produktu.



**CLIENT: BBC**  
**FORMAT: STAŁA WSPÓŁPRACA NA**  
**KANAŁACH INFLUENCERÓW**  
Instagram / Facebook / Reels / Stories

## BBC Earth – kampania promująca serial *Azja*

W ramach kampanii promującej premierę serialu *Azja* na BBC Earth zorganizowano wyjątkowe widowisko audiowizualne w muzeum POLIN. Wydarzenie łączyło spektakularne ujęcia przyrody z koncertem polskich artystów, tworząc poruszające doświadczenie dla zaproszonych gości. Gen9 było odpowiedzialne za **zaproszenie influencerów na event**, co zaowocowało obecnością **28 twórców**, którzy relacjonowali wydarzenie na swoich profilach. Ich stories na Instagramie wygenerowały **blisko 800 000 wyświetleń**, znacząco zwiększając zasięg kampanii i zainteresowanie serialem.

Dodatkowo Gen9 koordynowało **kampanię z Doktorem z TikToka**, który w okresie od **25 stycznia do 8 marca** publikował dedykowane treści związane z serialem na swoich kanałach, zwiększając jego widoczność wśród swojej społeczności.

Kampania łącząca event, influencer marketing i treści eksperckie skutecznie podkreśliła wartości BBC Earth i zachęciła do oglądania serialu *Azja*.



# BBC First - współpraca długofalowa

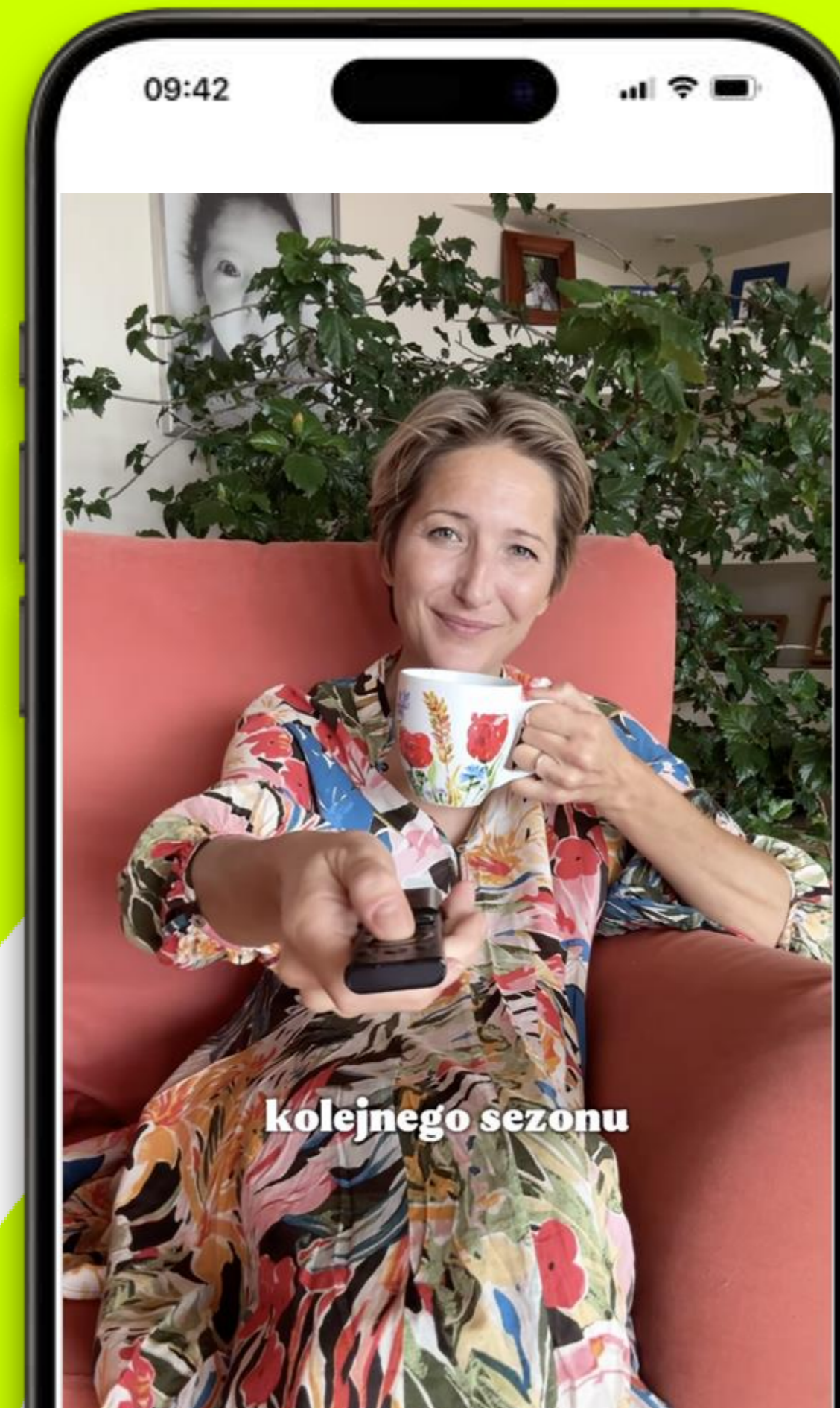
Stała współpraca z BBC First koncentruje się na promocji wybranych premier serialowych i pasm programowych poprzez działania influencerskie w mediach społecznościowych. Celem jest zwiększanie świadomości marki oraz angażowanie odbiorców wokół brytyjskich produkcji dostępnych na antenie BBC First i w serwisie BBC Player.

W ramach dotychczasowej współpracy zrealizowaliśmy aktywacje z twórcami, skutecznie angażując społeczności wokół premier seriali i budując silną pozycję BBC jako marki oferującej jakościową, emocjonującą rozrywkę dla polskiego widza.

## Premiery serii i programów:

- **Powrót do raj** – kampania zimowa z 5 influencerkami promująca serial jako połączenie tropikalnego eskapizmu, kobiecej siły i lekkiego kryminału.
- **Śmierć pod Palmami** (sezon 14) – kontynuacja pasma Kryminalne Wieczory, promująca cotygodniowy rytuał z pozytywnym kryminałem w środku zimy.
- **Komediowe poranki** – aktywacja wokół kultowych brytyjskich seriali (Allo 'Allo, Duchy, Co ludzie powiedzą), promująca pozytywne poranki z humorem BBC.
- **Historia oparta na steku kłamstw** – szeroko zakrojona kampania z udziałem 9 twórców, poruszająca tematy manipulacji, zaufania i siły kobiet, obecna na wielu platformach (YT, IG, Spotify, TikTok).

**CLIENT: BBC**  
**FORMAT: STAŁA WSPÓŁPRACA NA KANAŁACH INFLUENCERÓW**  
Instagram / Facebook / TikTok / Podcast



# BBC First – *Historia oparta na steku kłamstw*

01

## Cel kampanii:

Zbudowanie świadomości wokół premiery serialu Historia oparta na steku kłamstw oraz zachęcenie widzów do śledzenia kolejnych odcinków na BBC First i BBC Player. Dodatkowym celem było wzmocnienie wizerunku BBC First jako źródła jakościowych brytyjskich produkcji – inteligentnych, poruszających i pełnych intryg.

02

## Jak udało się dowieźć cel:

Zaangażowano 9 twórców z kategorii lifestyle, psychologia, rozrywka, film oraz celebrity, którzy opublikowali jakościowe i kreatywne materiały zgodne z przygotowanymi briefami.

- Content pojawił się na 5 platformach: Instagram, YouTube, Spotify, TikTok i Facebook.
- Influencerzy zachęcali do obejrzenia serialu, poruszając tematy zaufania, manipulacji i siły kobiet.
- Kampania pobudziła zaangażowanie odbiorców – wiele komentarzy dotyczyło osobistych historii i refleksji.

03

## Rezultaty:

Wysokie zaangażowanie odbiorców i pozytywne reakcje na content. Kampania skutecznie dotarła do grupy docelowej kobiet 35–59, wzmacniając wizerunek serialu jako aktualnej i angażującej opowieści o relacjach i zaufaniu. Działania influencerów zainicjowały autentyczne rozmowy w social media i zwiększyły rozpoznawalność BBC First jako marki oferującej jakościowe, brytyjskie produkcje.

CLIENT: BBC First  
FORMAT: WSPÓŁPRACA  
INFLUENCERSKA  
YouTube / Spotify / Instagram  
/ TikTok / Facebook

Gdy  
nowy chłopak twojej  
przyjaciółki

to totalny

RED  
FLAG

nazielska 18 m  
insorowany

ważniejsze jest to, kto stoi obok ciebie

# Dreame – stała współpraca z marką

Celem marki Dreame było zwiększenie rozpoznawalności na polskim rynku oraz zbudowanie trwałej obecności w świadomości konsumentów poprzez regularną, angażującą komunikację w social mediach. Strategia skupiała się na docieraniu do osób w wieku 25–37 lat, które cenią sobie wygodę, nowoczesne technologie, estetykę domowego wnętrza oraz produkty ułatwiające codzienne życie.

W ramach współpracy promujemy różnorodne urządzenia Dreame, w tym:

- odkurzacze pionowe i robotyczne,
  - oczyszczacze powietrza,
  - inteligentne kosiarki do trawy,
  - akcesoria uzupełniające.

## Przebieg współpracy

Do tej pory zrealizowaliśmy kilkadziesiąt aktywacji produktowych z udziałem topowych polskich twórców, m.in. Klaudii El Dursi, Marty Żmudy-Trzebiatowskiej, Agaty Biernat i wielu innych influencerów lifestyle’owych oraz parentingowych.

Dzięki spójnej estetyce, autentyczności treści i konsekwentnej komunikacji udało się nam skutecznie budować świadomość marki Dreame wśród grupy docelowej, a także przekładać zaangażowanie na realne wyniki sprzedażowe.

**CLIENT: DREAME**  
**FORMAT: STAŁA WSPÓŁPRACA NA**  
**KANAŁACH INFLUENCERÓW**  
Instagram / Facebook / Reels / Stories



# Empik – targi książki

Z okazji jesiennych Targów Książki 2023, Empik zorganizował event z autorami oraz promocje, które influencerzy książkowi promowali na swoich social mediach.

**W akcji wzięło udział 19 twórców, którzy nagrali Reelsy i TikToki zapraszające do dołączenia do wydarzenia.**

Influencerzy nagrali materiały w Empiku, skupiając się na pokazaniu najciekawszych ich zdaniem książek oraz dostępnych zniżek.

CLIENT: EMPIK  
FORMAT: STAŁA WSPÓŁPRACA NA  
KANAŁACH INFLUENCERÓW  
Instagram / TikTok / Reels / Stories / Eventy

