**Filip Pokrzywniak wzmacnia zespół marketingu i promocji Grupy Wydawnictwo Kobiece**

**Z początkiem stycznia 2025 r. do zespołu Grupy Wydawnictwo Kobiece dołączył Filip Pokrzywniak, obejmując stanowisko kierownika ds. marketingu i promocji.**

Jego doświadczenie oraz świeże spojrzenie mają wesprzeć rozwój strategii promocyjnych i wzmocnić pozycję marki na rynku wydawniczym.

Filip Pokrzywniak przez ostatnią dekadę pełnił funkcję zarządczą w jednym z czołowych polskich wydawnictw specjalizujących się w literaturze dziecięcej i młodzieżowej. Jego bogate doświadczenie w obszarze promocji oraz pracy z tytułami o różnorodnej tematyce sprawia, że jest doskonale przygotowany do wyzwań, jakie przed nim stawiamy - mówi Agnieszka Stankiewicz-Kierus, właścicielka Grupy Wydawnictwo Kobiece.

 *„Filip doskonale rozumie specyfikę branży wydawniczej. Trafił do nas z wydawnictwa o podobnej skali działalności, co oznacza, że świetnie odnajdzie się w organizacji pracy z dużą liczbą tytułów i różnorodnością kategorii. Liczę, że jego doświadczenie w promocji literatury dziecięcej i młodzieżowej pomoże nam umocnić pozycję w tych obszarach, a także wprowadzi świeże spojrzenie na nasze kluczowe kategorie, takie jak romans, poradniki czy ezoteryka.”*

W nadchodzących miesiącach nowy szef marketingu i promocji ma skupić się na wzmacnianiu najważniejszych dla Grupy kategorii wydawniczych. Jak sam mówi - planuje zmiany, ale nie będzie to rewolucja.

*„Do tej pory zespół promocji i marketingu świetnie sobie radził, więc nie zakładam jakichś wielkich czy drastycznych zmian, choć one będą. Bardziej mowa tu o udoskonaleniach, które wpłyną na komfort pracy, ale i jakość promocji. Mam głowę pełną pomysłów i mam nadzieję, że moje doświadczenie pomoże w zwiększeniu rozpoznawalności marek wydawniczych Grupy, co tym samym przełoży się na zwiększenie sprzedaży książek”* – mówi Filip Pokrzywniak.

Agnieszka Stankiewicz-Kierus zaznacza, że ma nadzieję m.in. na nowe pomysły obecności wydawnictwa na targach książki.

“*Nasza obecność na dużych wydarzeniach targowych jest już standardem, zawsze przykładamy wagę do tego, by nasze stoiska przyciągały czytelników. Wg mnie jest jeszcze przestrzeń do ulepszeń i możemy to robić jeszcze atrakcyjniej. Liczę na to, że nowy szef zespołu promocji i marketingu będzie miał ciekawe propozycje. Z drugiej strony mamy świetny, budowany od lat zespół, więc mam nadzieję, że i praca z nami będzie dla Filipa ciekawa i satysfakcjonująca”.*

W 2025 roku Grupa Wydawnictwo Kobiece planuje wydać około 300 tytułów w ramach swoich imprintów. Kluczowe będzie dalsze rozwijanie kategorii literatury dziecięcej i młodzieżowej oraz wzmacnianie pozycji w kategoriach, które stanowią fundament oferty. Grupa Wydawnictwo Kobiece działa na rynku książki od 2008 roku. Wydaje książki pod sześcioma imprintami: Wydawnictwo Kobiece, Papierowe Serca, Mova, Young, Świetlik i Illuminatio.