

# Tomasz Domski

+48 600 333 555 • tdomski@gmail.com • linkedin.com/in/tdomski/

---

## Marketing Director & Head of Internet

- 12 lat doświadczenia w zarządzaniu działami marketingu i Internetu w międzynarodowych organizacjach: ABC XYZ International, Firma 1, Firma 2, Firma 3, Firma 4.
- Wdrożenie z sukcesem strategicznych projektów u dotychczasowych pracodawców związanych z rosnącą rolą internetu, pojawieniem się nowych mediów oraz zmian technologicznych.
- Rozwinięte kompetencje w: tworzeniu, rozbudowie i zarządzaniu zespołami (do 54 osób), digitalizacja biznesu, marketingu internetowym&ATL, zarządzaniu organizacją.

---

## Doświadczenie

### ABC XYZ INTERNATIONAL

OD 06.2014

Wydawca: ABC, CDE, EFG, HGI, IJK

#### Dyrektor Działu Online

Zatrudniony w celu opracowania i wdrożenia strategii internetowej dla spółek grupy. Odpowiedzialny za wynik finansowy i zasięgowy. Raportowanie do zarządu firmy oraz właściciela spółki.

- Opracowanie pięcioletniej strategii rozwoju firmy w Internecie dla podległych marek. Strategia zakładała: stworzenie od podstaw serwisów internetowych, produktów reklamowych oraz synergii między radiem a Internetem.
  - Zwiększenie przychodu z reklamy internetowej w ciągu 4 lat z 1 mln do około 10 mln zł. Osiągnięcie rentowności biznesu po 3 latach. Wprowadzenie sprzedaży w modelu programmatic oraz cross-media.
  - Wprowadzenie serwisów internetowych ABC z 408 pozycji w Megapanel PBI/Gemius do top 25 największych serwisów w Polsce (X pozycja desktop i X mobile - październik 2018) w rezultacie wdrożenia planowej strategii contentowej.
  - Współpraca z domami mediowymi, agencjami kreatywnymi. Przygotowanie i rozliczanie budżetu na poziomie 10 mln PLN.
  - Transformacja firmy w kierunku digitalizacji biznesu. Wprowadzanie zmian w strukturach sprzedaży, produktu oraz zarządzania ludźmi. Dostosowywanie biznesu do nowych trendów i zmieniającej się sytuacji rynkowej.
  - Stworzenie i rozbudowa Departamentu Internetu w miarę osiąganych celów strategii. Obecnie departament składa się z: redakcja internetowej (45 osób), działu produktu (9 osób), działu sprzedaży w modelu programmatic oraz cross media (3 osoby), działu technologii (9 osób), działu video (3 osoby).
- W wyniku uznania osiąganych efektów w Polsce poproszony o realizację kluczowych projektów międzynarodowych dla grupy ABC XYZ INTERNATIONAL w Europie i Afryce: adres.www, adres2.www, adres3.www
- Uzyskanie dotacji XYZ Fund w wysokości 1 mln USD na projekt w pierwszej rundzie finansowania.

### FIRMA ABC

05.2013 - 10.2013

Wydawca m.in.: Tytuł 1, Tytuł 2, Tytuł 3, Tytuł 4

#### Business Development Director - Interim Manager

Zatrudniony na 7 miesięczny kontrakt w celu rekomendowania działań przygotowujących wydawcę do wprowadzenia strategii cyfrowej.:

- Przeprowadzenie audytu produktów: magazynów oraz produktów reklamowych
- Przeprowadzenie analizy rynku, trendów oraz możliwości związanych z internetem i rozwiązaniami mobilnymi.

## Doświadczenie cd.

### FIRMA ABC CD:

- Rekomendacja działań i rozwoju produktów wykorzystujących synergę między prasą i internetem, wskazanie możliwości pozyskania nowych źródeł przychodu

### FIRMA XZY

**02.2008 - 04.2013**

*Wydawca m.in.: Tytuł 1, Tytuł 2, Tytuł 3, Tytuł 4*

#### Dyrektor Marketingu Tytuł 1, Tytuł 2

#### Zastępca Dyrektora Marketingu Tytuł 1, Tytuł 2

Odpowiedzialny za strategię marketingową (ATL i Internet), rozwój produktu (Internet/rozwiązania mobilne/magazyny), wyniki serwisu www 1 i serwisu www 2, aktywności B2B, budżet działu i zespół, sprzedaż podległych tytułów oraz nowe źródła pozyskania przychodów.

- Opracowanie i wdrożenie strategii cyfrowej zakładającej wprowadzenie Newsweek i Forbes na wszystkie nośniki cyfrowe (Internet, smartfony, tablety, audio) oraz realizację od podstaw serwisów internetowych serwisu 1 i serwisu 2.
  - Wypracowanie zasięgu przekraczającego 1 mln użytkowników dla każdego tytułu oraz rentowności obu projektów prowadzące do zwiększenia przychodów o 100%.
  - Wypracowanie pozycji lidera dla Tytułu 1 i Tytułu 2 w zakresie liczby odwiedzin serwisów internetowych oraz pobrań aplikacji mobilnych w swoich kategoriach.
  - Pozyskanie Firmy X jako partnera technologicznego i realizacja wspólnego projektu prowadzącego do popularyzacji wydań mobilnych Tytułu 1 i Tytułu 2 na urządzeniach z systemem Android oraz iOS.
- Realizacja złożonych projektów promocyjnych i internetowych dla: Alior Bank, Getin Bank, Nordea PTE, PKO BP, Imperial CinePix, Samsung, Microsoft, Mazda, Rankomat.pl, ING, Play, T-Mobile, Dilmah, MTV, Polsat, ITI, Polskie Radio, Empik.

### FIRMA MNO

**03.2006 - 12.2007**

*Wydawca m.in.: Tytuł 1, Tytuł 2, Tytuł 3, Tytuł 4*

#### Kierownik ds. Promocji i Rozwoju w Internecie

Definiowanie rozwoju obecności wydawnictwa w Internecie. Kreowanie i rozwój narzędzi i usług reklamowych, opracowywanie planów promocyjnych, realizacja celów zasięgowych dla podległych serwisów (UU, PV), przygotowywanie reklam prasowych i internetowych.

- Przygotowanie koncepcji i wdrożenie serwisów internetowych dla tytułów Firmy MNO.
- Zwiększenie zasięgów serwisów o ponad 100% prowadzące do znacznego zwiększenia przychodów.
- Stworzenie od podstaw serwisu 1 oraz platformy 2 (najpopularniejsze serwisy internetowe dla kobiet w X 2018).

### FIRMA TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ ABC

**10.2003 - 02.2006**

*Opis TU wskazujący na główną charakterystykę firmy*

#### Szef Projektu Internetowego

- Uruchomienie pierwszego w Polsce kanału sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych online. Zbudowanie serwisu internetowego oraz platformy transakcyjnej.
- Realizacja kilkunastu kampanii o ogólnopolskim zasięgu obejmujących: TV, prasę, tablice wielkoformatowe, Internet (ATL). Wzrost świadomości nowej marki w grupie docelowej – Firma ABC stała się jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek wśród ubezpieczycieli.

---

## Edukacja

ABC Wyższa Szkoła Ekonomiczna  
Zarządzanie i Marketing

1997 - 2001

---

## Dodatkowe Informacje

Język angielski – średniozaawansowany, poziom B2,  
Prawo Jazdy kat. B,  
Hobby: biegi długodystansowe, podróże