WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

# Wavy Apps

## Profil Firmy

Private & Confidential

# DWIE AGENCJE.
# JEDNA MISJA.
# 100% SKUPIENIA NA FARMACJI.

Wavy Apps i INCHKYIV łączą siły, aby obsługiwać klientów w całej Europie Wschodniej i odpowiadać na wszystkie potrzeby nowoczesnego marketingu farmaceutycznego - od strategii, przez kreację, technologię, kontent, aż po egzekucję.

inchkyiv.com

wavyapps.com

**50+**
Klientów farmaceutycznych

**200+**
Wspieranych brandów

**15**
Lat doświadczenia w pharmamarketingu

**160+**
Członków zespołu




Private & Confidential

**Jesteśmy takimi samymi pasjonatami farmacji jak Wy.**
Cenimy długofalowe partnerstwa i możemy wspierać Was we wszystkich obszarach marketingu farmaceutycznego.

## Creative Partner

Strategia, Komunikacja kreatywna, Kampanie cyfrowe zorientowane na pacjenta, Consulting

## Digital Partner

CLM, Approved Email, Engage Meetings, Engage for Portals, Kampanie Multichannel, Consulting Omnichannel

## Content Partner

Kreacja kontentu, tworzenie treści, strategia kontentowa, zarządzanie treściami, raportowanie działań niepożądanych, szkolenia i rozwój kompetencji

## Innovation Partner

Zarządzanie innowacjami, XR Engagement (AR/VR/MR), Platforma INCH360° VR

Implementacja rozwiązań Agentic AI

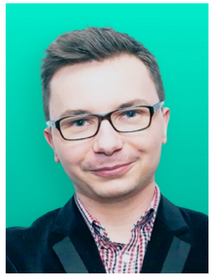
## Service Partner

MyInsights, Development, Wdrożenia, Integracje, Aplikacje Dedykowane i Aplikacje Mobilne

Private & Confidential

# Poznaj nasz Zespół

Kierowani wiedzą,
Zjednoczeni pasją



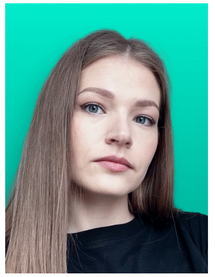
**MICHAŁ JARMUŁA**
Partner, Project Delivery / Pharma & Digital Solutions Expert

Delivery Manager z ponad 15 latami doświadczenia w realizacji złożonych projektów cyfrowych dla globalnych marek. Prowadzi projekty multichannel marketingu farmaceutycznego z największymi firmami farmaceutycznymi na wielu rynkach.



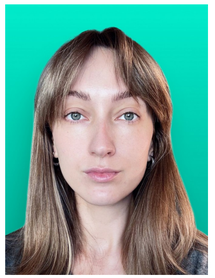
**MARIIA POLIAKOVA**
Partner, Business Development / Strategist

20+ lat doświadczenia w marketingu life sciences i projektowaniu szeroko rozumianej komunikacji. Ekspertka w zakresie strategii, omni- i opti-channel engagement'u, XR, innowacji cyfrowych i treści edukacyjnych. Wyróżniona w Forbes NEXT 250.



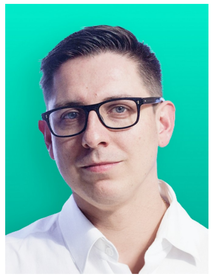
**VIRA HRYBOVOD**
Medical Team Lead / Senior Medical Copywriter

Lekarka z dużym doświadczeniem zarówno po stronie firmy farmaceutycznej, jak i agencji. Kieruje zespołem 20+ medycznych copywriterów, dostarczając wysokiej jakości, zgodne z regulacjami treści medyczne.



**ELIZABETH VNUKOVA**
Chief Creative Officer / Head of Design Department

Liderka Zespołu Kreatywnego z ponad 10-letnim doświadczeniem w designie
i brandingu. Ekspertka w zakresie visual storytellingu, zarządzania zespołem oraz innowacyjnego contentu dla marketingu farmaceutycznego i nie tylko.



**MARCIN KUŁAKOWSKI**
Partner, Technology & Project Delivery

Certyfikowany ekspert Salesforce i Veeva CRM z ponad 10 latami doświadczenia w farmacji. Prowadzi złożone projekty transformacji cyfrowej, łącząc strategię technologiczną z doskonałością operacyjną.

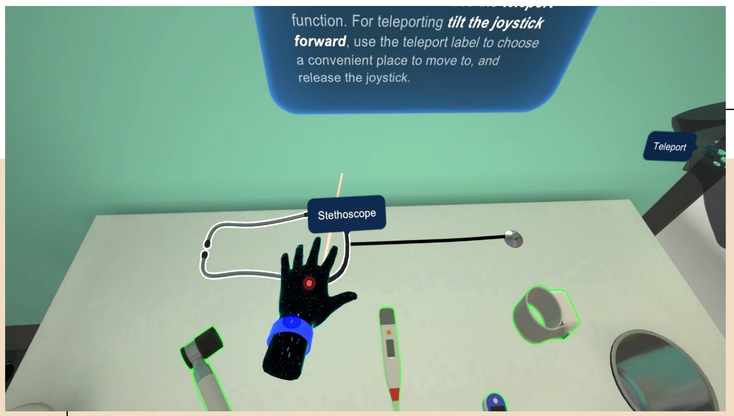
WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

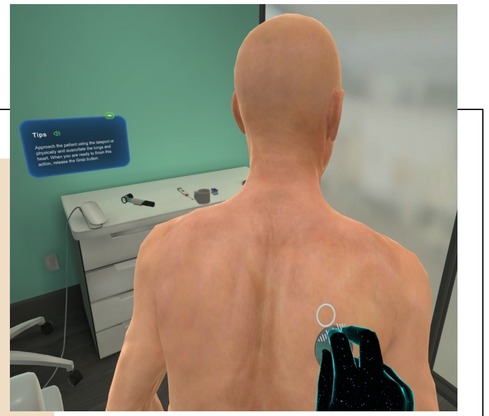
# Wavy Apps

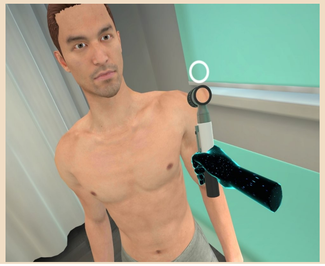
## Nasze ostatnie realizacje:
## 3 projekty, które wywarły efekt

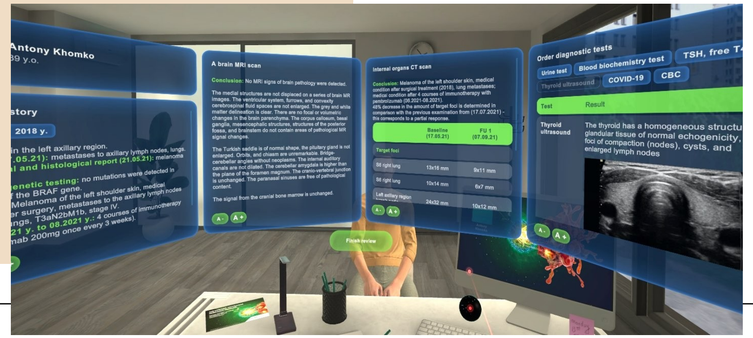
Private & Confidential

# IMMUNOTERAPIA – SZKOLENIE VR DOTYCZĄCE DZIAŁAŃ NIEPOŻĄDANYCH






## WYZWANIE

Aż do 10% onkologów przerywa leczenie pembrolizumabem z powodu działań niepożądanych - nawet wtedy, gdy kontynuacja jest klinicznie uzasadniona. Wynika to z niewielkiej ekspozycji w praktyce, ograniczonych możliwości szkoleniowych oraz braku pewności, zwłaszcza wśród lekarzy rozpoczynających stosowanie leku. Konsekwencje? Utracone możliwości leczenia i suboptymalne wyniki terapii.

## ROZWIĄZANIE

Uruchomiliśmy MSD VR Training Lab - innowacyjne rozwiązanie wykorzystujące technologię wirtualnej rzeczywistości (VR), które zapewnia lekarzom pełne zanurzenie w symulacji opieki nad wirtualnymi pacjentami, opartymi na praktykach Key Opinion Leaderów.

Laboratorium VR zamyka lukę w doświadczeniu i pomaga lekarzom:

- Stosować pembrolizumab **z większą pewnością**
- **Poszerzać wiedzę** i doświadczenie obecnych lekarzy.
- **Wzmacniać pewność siebie** wśród nowych lekarzy przy wczesnym przepisywaniu terapii immunologicznych.
- Budować kompetencje w zarządzaniu pacjentem dzięki wczesnej **identyfikacji objawów** i skutecznym strategiom komunikacyjnym.

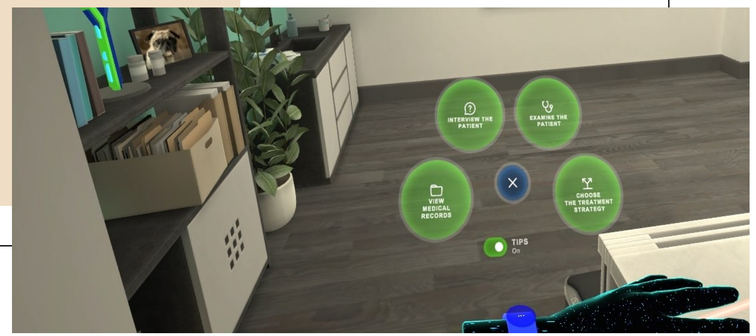
Private & Confidential

# NOWY RODZAJ SZKOLENIA DLA NOWEGO RODZAJU TERAPII










**CZAS URUCHOMIENIA <60 SEK.**

## EFEKTY

W ciągu pierwszych 6 tygodni średni czas sesji wyniósł **29 minut**, co daje **wzrost o 312%** w porównaniu z tradycyjnym e-detailingiem.

Wstępne dane pokazują **znacznie wyższe zaangażowanie** i praktyczną wartość edukacyjną.

W 2025 roku MSD VR Training Lab zostało zatwierdzone jako **aplikacja medyczna**, po przejściu wszystkich procedur walidacyjnych i zgodności.

Długoterminowy wpływ kliniczny zostanie oceniony 12 miesięcy po pełnym wdrożeniu.

# BUDOWANIE NAJBARDZIEJ ZAAWANSOWANEGO EKOSYSTEMU OPTI-CHANNEL DLA RYNKU FARMACEUTYCZNEGO W UKRAINIE

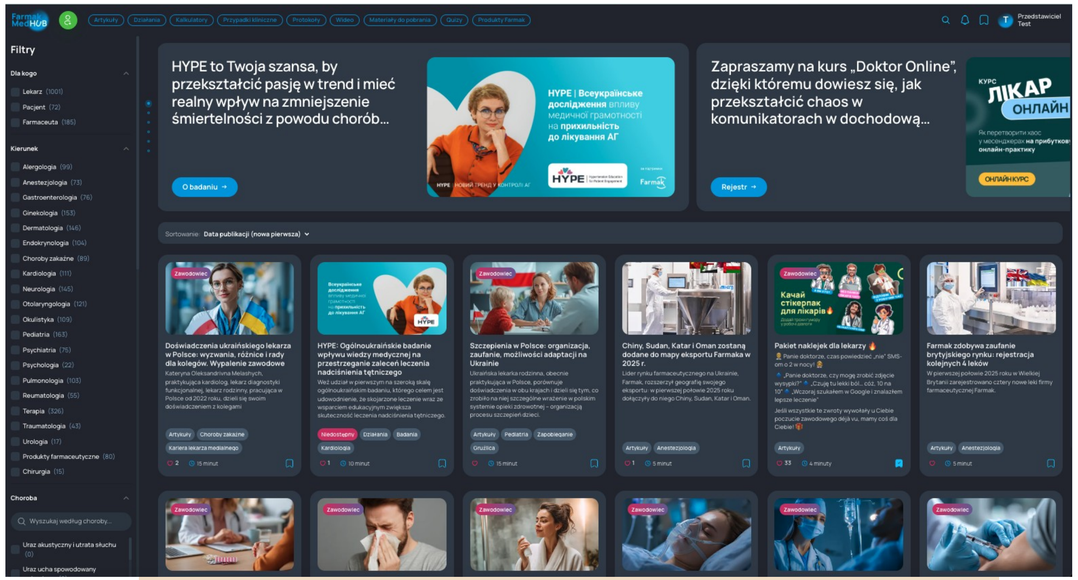
## WYZWANIE

Farmak to największa firma farmaceutyczna w Ukrainie - ponad 500 SKU w 14 obszarach terapeutycznych i eksport do 60+ krajów. Pomimo skali, komunikacja cyfrowa była rozproszona, treści promocyjne funkcjonowały w silosach, a zasięg lekarzy był nieefektywny.

## ROZWIĄZANIE

Stworzyliśmy **MedHubFarmak - zamknięty portal medyczny**, który stał się strategicznym centrum architektury opti-channel dla firmy Farmak. To nie tylko biblioteka treści, ale także połączenie komunikacji, edukacji, automatyzacji i wsparcia zespołów sprzedażowych w jednym inteligentnym systemie.

- **Modularny CMS** do szybkiego i skalowalnego tworzenia stron.
- Rozbudowany **Learning & Management System** (LMS) z kursami, testami, egzaminami i certyfikacją.
- **Pełne narzędzia do organizacji wydarzeń** online i offline.
- **20+ prekonfigurowanych zautomatyzowanych ścieżek komunikacji.**
- **Silnik rekomendacji treści oparty na AI**, skutkujący wzrostem konwersji e-mail o 12%.
- **Inteligentna personalizacja** dla Przedstawicieli Medycznych - od preferowanych godzin pracy po spersonalizowane życzenia urodzinowe.
- **Dashboard Przedstawiciela** z wglądem w aktywność lekarzy w czasie rzeczywistym.
- Zintegrowane systemy szkoleniowe i onboardingowe.

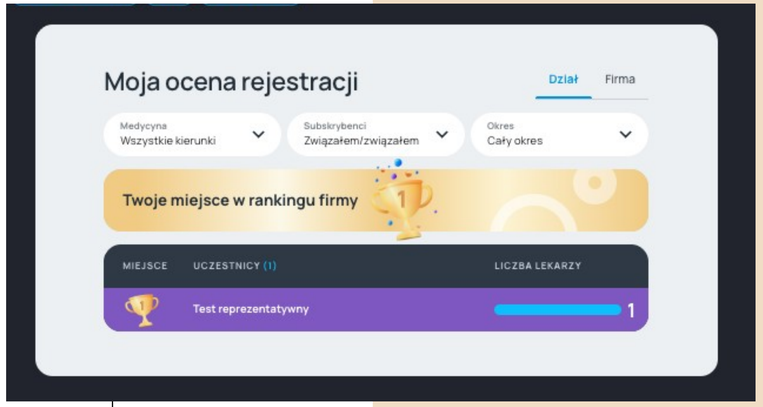


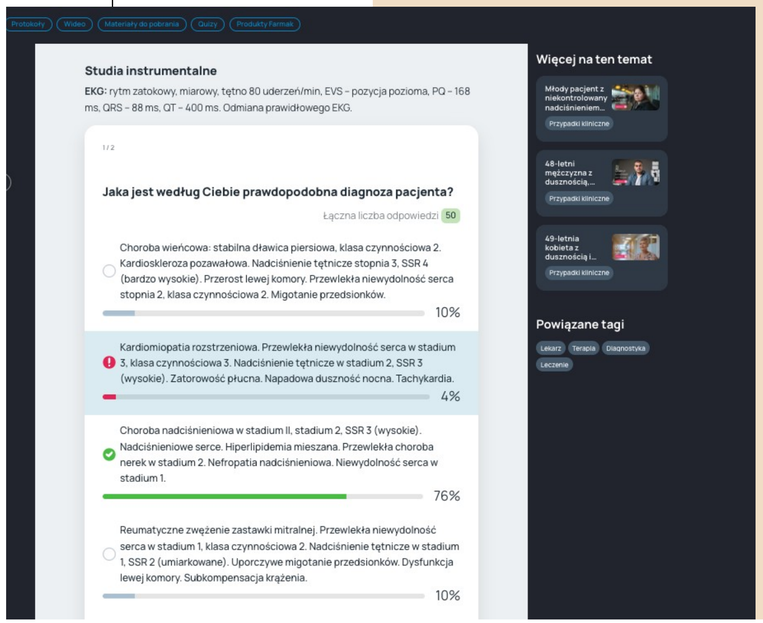

Celem jest wyjście poza omnichannel i stworzenie ekosystemu opti-channel nowej generacji - mądrzejszego, bardziej spersonalizowanego i zaprojektowanego specjalnie dla lekarzy.

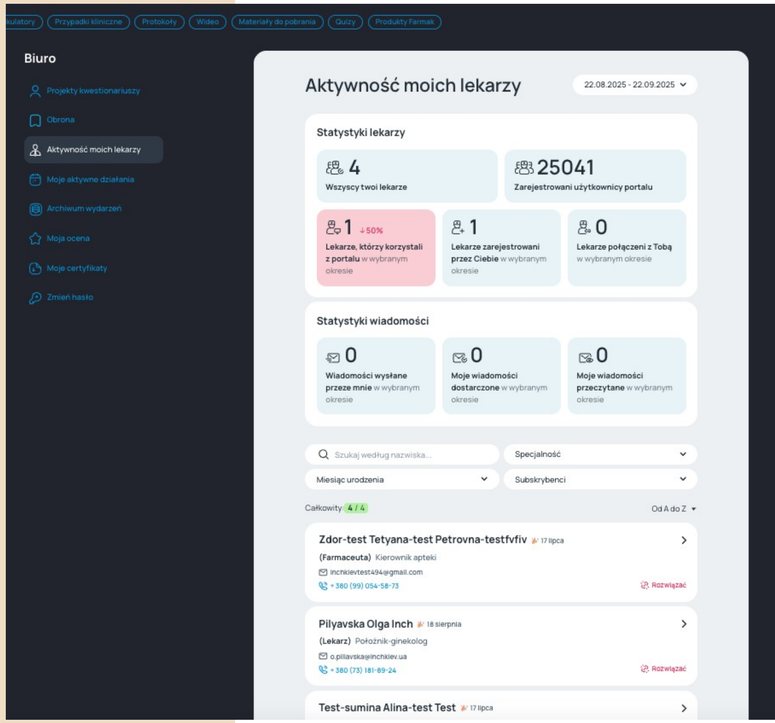
Private & Confidential

## EFEKTY

- **25,000+ zarejestrowanych lekarzy.**
- **16 000 aktywnych użytkowników miesięcznie** (wrzesień 2025).
- **17 500 lekarzy zaangażowanych** przynajmniej raz w ciągu ostatnich 3 miesięcy.
- **1 000+ opublikowanych treści.**
- **Najczęściej odwiedzany zamknięty portal medyczny** stworzony przez firmę farmaceutyczną w Ukrainie.
- Cotygodniowe kampanie w **14 specjalizacjach**, z wynikami:
  - **średni open rate: 45%,**
  - **CTR 8–16%** w zależności od specjalizacji.
- **Zapamiętywalność przekazów produktowych wzrosła o 50–300%,** w zależności od marki.
- **Codziennie używany przez 250+ przedstawicieli medycznych.**
- **Uruchomiono inteligentne jezioro danych**, rejestrujące każdą akcję i interakcję lekarzy, umożliwiające zaawansowane targetowanie, predykcję i personalizację na dużą skalę.
- **Koszty komunikacji zdalnej obniżone niemal trzykrotnie** dzięki budowie wewnętrznej bazy HCP.



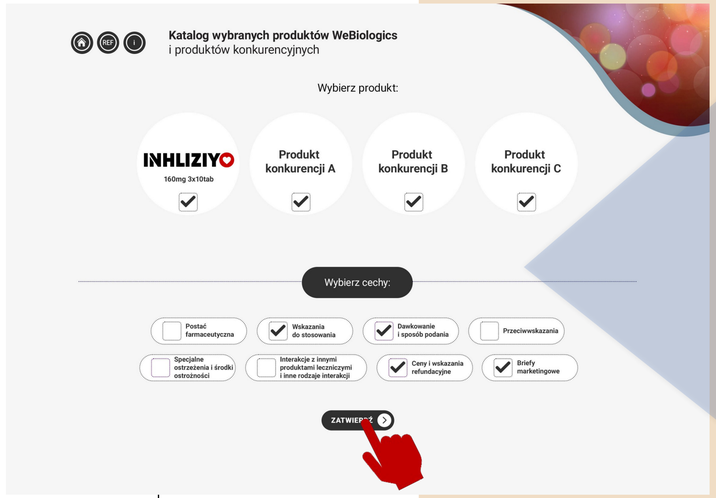



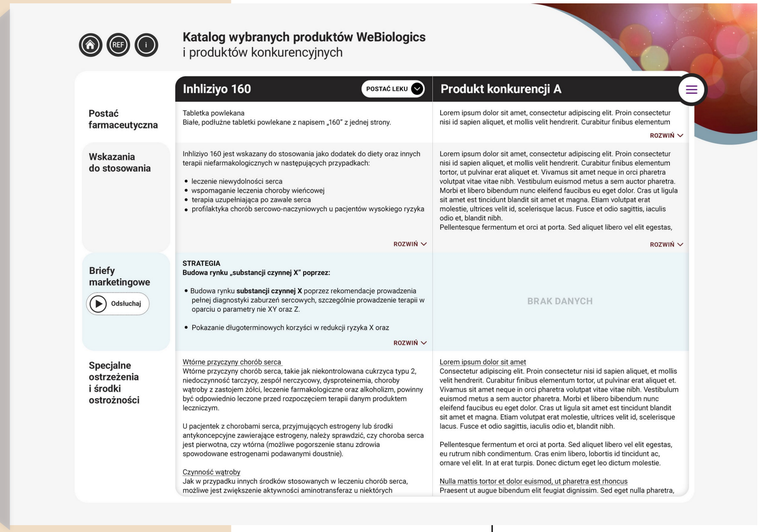

## A to dopiero początek.

5-letni pipeline rozwoju, który wyznacza kolejną ewolucję opti-channel w ochronie zdrowia już funkcjonuje.

# KATALOG PRODUKTÓW




**Nigdy nie było to tak proste i wygodne.** Wystarczy wybrać produkt, wskazać konkurencję do porównania, zaznaczyć cechy i kliknąć „zatwierdź". Gotowe. Wynik to przejrzyste zestawienie side-by-side.

Private & Confidential

**WYZWANIE**
Key Account Managerowie często muszą szybko porównywać wiele produktów własnych i konkurencyjnych. Ręczne przekopywanie się przez ChPL i publiczne rejestry zajmuje dużo czasu, prowadzi do niespójności i zwiększa ryzyko korzystania z nieaktualnych informacji podczas spotkań z lekarzami.

**ROZWIĄZANIE**
**Cyfrowy Katalog Produktów** - interaktywne narzędzie, które umożliwia KAM-om:

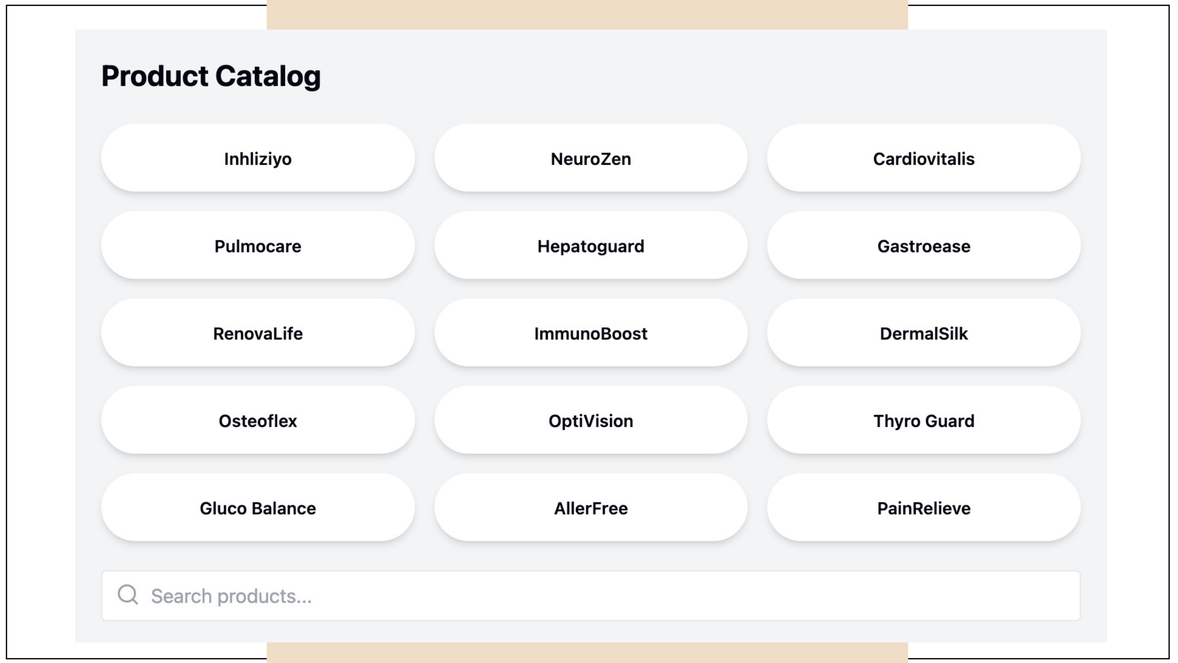
- **Porównywanie ChPL** wybranych produktów własnych i konkurencyjnych.
- **Korzystanie z oficjalnych źródeł** (rejestry leków, listy refundacyjne).
- Dostęp **wyłącznie do aktualnych danych**, eliminując ręczne zbieranie informacji.

Kilka kliknięć wystarczy, by wybrać produkty, określić kluczowe cechy i wygenerować przejrzyste porównanie. Narzędzie jest intuicyjne, gotowe do prezentacji - zawsze aktualne i niezawodne.

**Interaktywne briefy -** szybkie, audiowizualne aktualizacje od zespołu marketingu, podkreślające zmiany w pozycjonowaniu produktu, strategii konkurencji czy cenach. Dzięki nim KAM-owie są zawsze na bieżąco, mogą dostosować przekaz w czasie rzeczywistym i mówić z pewnością - nawet w dynamicznych sytuacjach. **Narzędzie gwarantuje bezproblemową integrację z codzienną pracą KAM-ów.**

**EFEKT**
Katalog Produktów pomaga zespołom działać mądrzej, reagować szybciej i budować zaufanie dzięki komunikacji opartej na rzetelnych danych. Stał się kluczowym narzędziem w rozmowach strategicznych, **oszczędza czas i wzmacnia pewność siebie.**

# INTELIGENTNIEJSZE PORÓWNANIA, SZYBSZE DECYZJE




Private & Confidential

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

# Wavy Apps

## 2 Case Study złożonych kampanii marketingowych

Private & Confidential

# TARGETOWANA KAMPANIA OMNICHANNEL DOTYCZĄCA **ZESPOŁU HUNTERA**



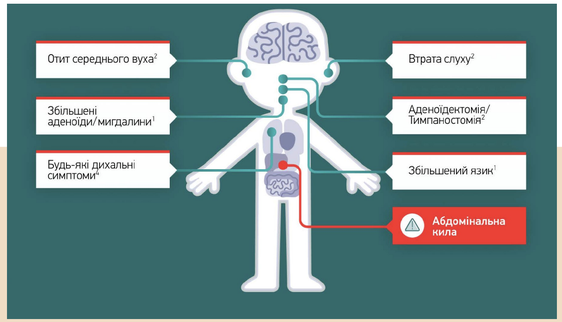
Obejrzyj film wprowadzający

**WYZWANIE**
Zespół Huntera to rzadka, postępująca choroba, która często jest diagnozowana zbyt późno. W Ukrainie średnia liczba diagnoz nie przekraczała dwóch pacjentów rocznie. Choroba objawia się niespecyficznymi, wielonarządowymi symptomami, a większość działań komunikacyjnych była kierowana do mocno obciążonych specjalistów, takich jak pediatrzy czy genetycy. Tymczasem laryngolodzy, którzy często jako pierwsi dostrzegają wczesne objawy, byli rzadko odwiedzani i angażowani.

**ROZWIĄZANIE**
Ukierunkowana kampania omnichannel skoncentrowana na specjalizacjach rzadko angażowanych, ale o dużym znaczeniu - **otolaryngologach (ENT) i kardio-reumatologach.**

- **Nowa strategia targetowania** z dedykowanymi wizytami F2F do nietypowych specjalizacji.
- **Urozmaicone e-Detailingi** z algorytmami interaktywnymi wspierającymi diagnostykę różnicową.
- **Strona edukacyjna o chorobie**, koncentrująca się na objawach i ścieżce kierowania pacjentów.
- **Dedykowana kampania e-mailowa** segmentowana według specjalizacji i zachowań.
- **Wysokiej jakości film wizerunkowy** wykorzystywany w kanałach cyfrowych i na wydarzeniach wewnętrznych w celu budowania emocjonalnego połączenia i zapamiętywalności.

# TARGETOWANA KAMPANIA OMNICHANNEL DOTYCZĄCA **ZESPOŁU HUNTERA**








+15 URATOWANYCH ŻYĆ




## EFEKTY

- **7 nowych pacjentów zdiagnozowanych w trakcie pierwszego cyklu kampanii.**
- **15 potwierdzonych przypadków w pierwszym roku** - duży wzrost względem historycznej średniej.
- Poszerzenie zaangażowania lekarzy poza główne specjalizacje.
- **Przedstawiciele raportowali lepszy dostęp** i wyższej jakości rozmowy z laryngologami.

**BONUS FACT**
**Film wizerunkowy został wyprodukowany w miniaturowej makiecie „shoebox set”,** wiernie imitującej studio filmowe - kreatywne rozwiązanie udowadniające, że skuteczny storytelling nie wymaga ogromnych budżetów.

# KAMPANIA UŚWIADAMIAJĄCA O ZABURZENIU PRACY ZMIANOWEJ

**WYZWANIE**

**Zaburzenie pracy zmianowej (Shift Work Disorder, SWD)** dotyka 10–40% osób pracujących w systemie zmianowym, ale rzadko jest diagnozowane. Większość pacjentów zakłada, że ich problemy ze snem, zmęczenie czy wahania nastroju to po prostu „część pracy” i nie łączy objawów z chorobą. Naszym zadaniem było podniesienie świadomości objawów SWD, pomoc pacjentom w identyfikacji ryzyka
i zachęcenie do wizyty u lekarza.

**ROZWIĄZANIE**

Przeprowadziliśmy segmentację odbiorców według zawodu i stylu życia - od kierowców pracujących nocą po personel szpitalny i pracowników handlu w systemie rotacyjnym. Dla każdej grupy zidentyfikowaliśmy unikalne trudności dnia codziennego i stworzyliśmy **kreacje social media oparte na insightach**, by mówić ich językiem.

W centrum znalazła się **interaktywna strona internetowa** z treściami jasnymi, przystępnymi i medycznie poprawnymi, osadzonymi w kreatywnej narracji. Użyliśmy surrealistycznych, onirycznych wizualizacji, aby pokazać, jak wygląda życie w przestrzeni pomiędzy snem a czuwaniem.

Następnie daliśmy użytkownikom konkretne narzędzia:

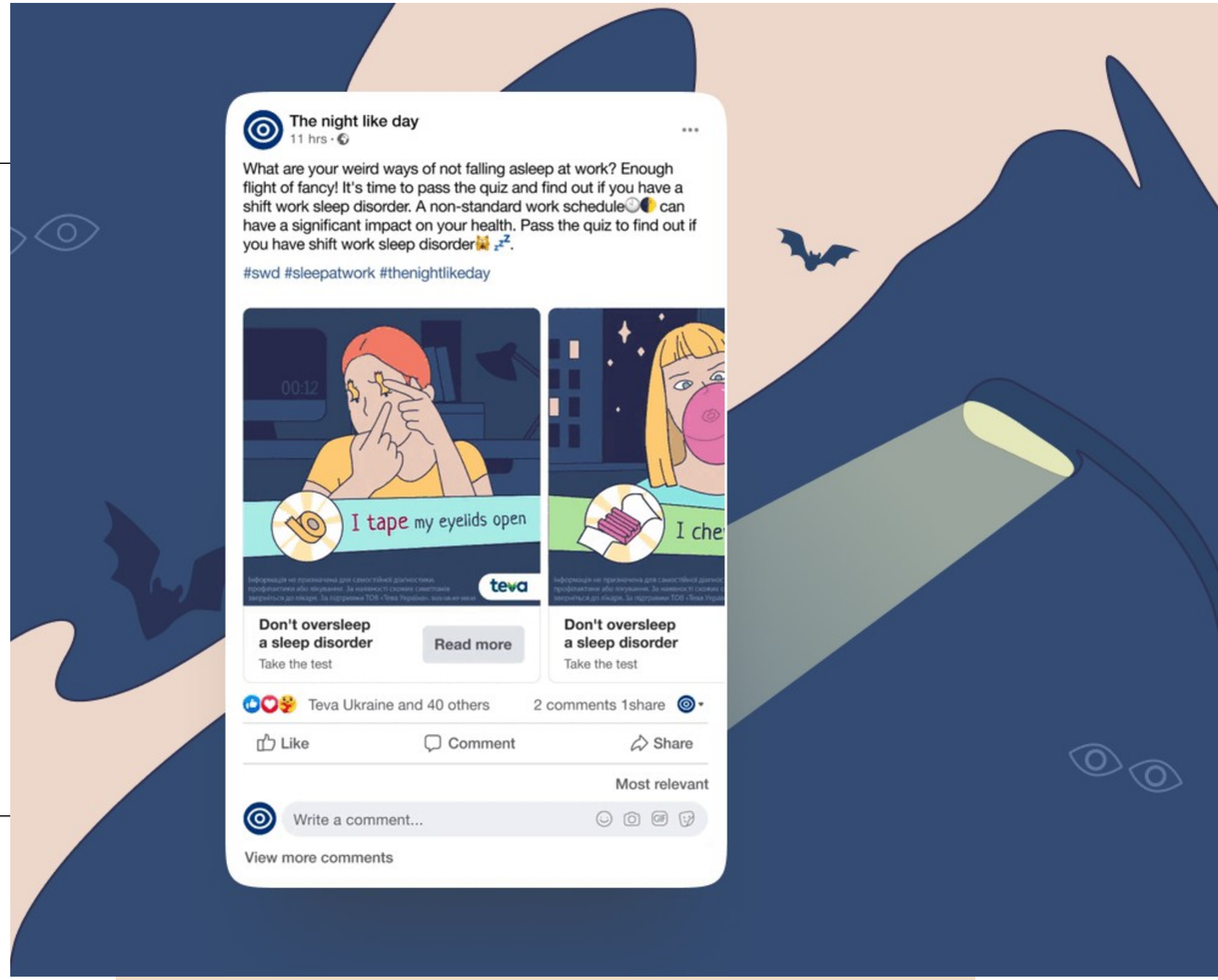
- **Quiz objawów** oceniający ryzyko SWD.
- **Narzędzie rytmu dobowego** pokazujące wpływ pracy zmianowej.
- **Bezpośredni link umożliwiający umówienie wizyty u lekarza.**



# KAMPANIA UŚWIADAMIAJĄCA O ZABURZENIU PRACY ZMIANOWEJ

## EFEKTY

- **281 000 potencjalnych pacjentów** odwiedziło stronę docelową.
- **23% użytkowników ukończyło quiz online.**
- **2 000 wizyt u lekarzy** umówionych w zaledwie dwóch odsłonach kampanii.
- Ogólny **CTR** dla dwóch kampanii: **1,98%**, a dla kreacji wideo **2,6%.**



WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

# Wavy Apps

## Kompetencje AI
## i nasze własne produkty

Private & Confidential

# AI, KTÓRE PRACUJE W PROCESIE FARMACEUTYCZNYM

AI wdrażamy tam, gdzie daje mierzalny efekt i pozostaje pod kontrolą: w procesie agencji, w CRM i w kontakcie z lekarzem. Każde rozwiązanie projektujemy z myślą o MLR, zgodności z marką i bezpieczeństwie danych klienta.

**+12%**

konwersji e-mail dzięki silnikowi rekomendacji treści opartemu na AI (MedHubFarmak)

**4 kanały**

z jednego Design Systemu w SlideForge: prezentacje, mailingi, druk i film

**2 platformy**

własne: SlideForge (kreacja AI) i Saline (personalizacja wizyt w Veeva CRM)

### Agentic AI

Łańcuchy agentów z bramkami jakości prowadzą proces agencji od briefu do gotowego materiału. Człowiek akceptuje, kalibruje i poprawia.

### Generatywna kreacja

Grafiki, layouty, e-maile, druk i spoty wideo generowane z Design Systemu marki, z tekstem wyłącznie z zatwierdzonego briefu.

### Rozumienie dokumentów

Modele wizyjne czytają brand booki, ChPL i materiały referencyjne i zamieniają je w dane z odnośnikiem do strony źródłowej.

### Personalizacja

Rekomendacje treści i dobór ścieżki rozmowy pod lekarza: segment, drabina adopcji, potencjał i zgłoszone bariery.

### Automatyzacja i integracje

AI wpięte w Veeva CRM, Salesforce, Vault PromoMats i AWS; automatyzacje procesów w n8n i Node-RED.

### Zgodność z założenia

Wstępna kontrola MLR, zasady marki jako reguły sprawdzane automatycznie, wersje i pełna historia zmian.

# SLIDEFORGE – AGENCJA KREATYWNA AI DLA FARMACJI

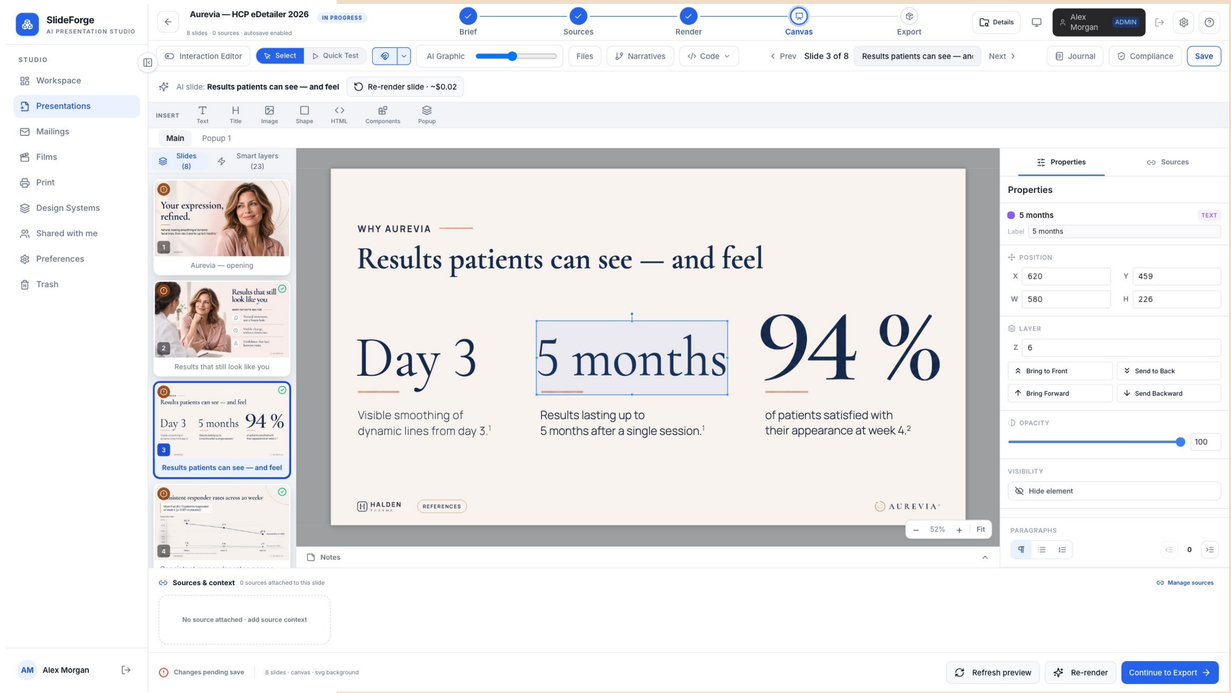
## WYZWANIE

Każdy nowy materiał zaczyna się od ręcznego odczytania brand booka i składania slajdów, e-maili i druku. To tygodnie pracy, ryzyko niezgodności z marką i kolejne rundy poprawek przed MLR. Materiały z typowych narzędzi AI są płaskimi obrazkami, których nie da się edytować ani wgrać do Veeva.

## ROZWIĄZANIE

SlideForge to nasza platforma, która prowadzi proces agencji jako łańcuch agentów AI z bramkami jakości. Z briefu i marki powstaje edytowalny materiał gotowy do eksportu.

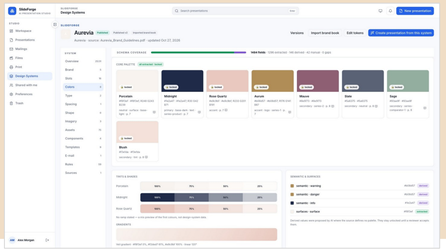
- **Marka zrozumiana:** brand book w PDF zamieniany w wersjonowany Design System: kolory, typografia, logo, komponenty i zasady, każda wartość ze stroną źródłową.
- **Proces agencji jako bramki AI:** brief, plan historii, układ, grafika w marce, a na końcu natywny slajd porównany 1:1 z zatwierdzoną grafiką.
- **Wszystko edytowalne:** prawdziwy tekst, tabele, wykresy i odnośniki, które zespół marki zmienia sam w edytorze.
- **Eksport:** Veeva CLM (ZIP na Key Message), IQVIA OCE, HTML5, PDF i PowerPoint, z nawigacją i clickstreamem.




Edytor canvas SlideForge: każdy element slajdu pozostaje edytowalny. Przykład na fikcyjnej marce Aurevia.

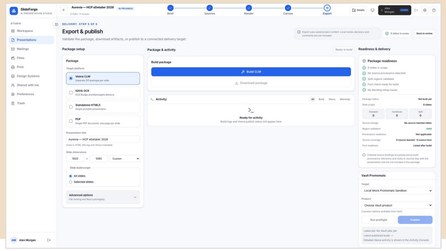
# SLIDEFORGE – JEDEN DESIGN SYSTEM, KAŻDY KANAŁ

Ta sama marka i ta sama kampania w prezentacji, e-mailu, druku i filmie. Strona produktu i filmy demo: slideforge.wavyapps.com



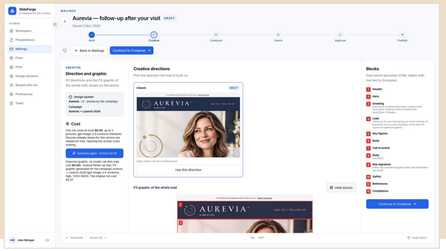
### Design System

Paleta, typografia, logo i 59 zasad odczytanych z brand booka



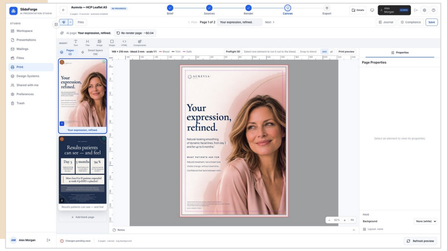
### Prezentacje

E-detailer gotowy do Veeva CLM, IQVIA, HTML5, PDF i PPTX



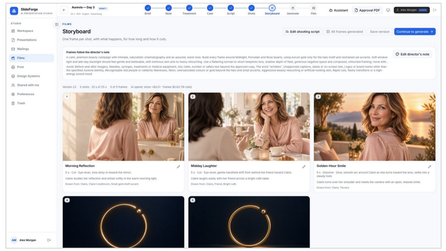
### Mailingi

Kreacja w marce, kompilacja do Veeva Approved Email i SFMC



### Druk

Ulotki i roll-upy w milimetrach, preflight i PDF/X-4



### Filmy

Nota reżyserska, storyboard i spot z blokiem bezpieczeństwa

## PROCES AGENCJI JAKO ŁAŃCUCH BRAMEK AI

**01**

### Brief

tekst i komunikaty, także słowo w słowo

**02**

### Plan

historia i plan slajdów

**03**

### Układy

układ dopasowany do treści

**04**

### Wygląd

grafika z marki, nie z szablonu

**05**

### Budowa

grafika staje się edytowalnym slajdem

**06**

### Akceptacja

porównanie 1:1 i Twoja decyzja

Private & Confidential

# SALINE – SPERSONALIZOWANE ŚCIEŻKI WIZYT W VEEVA CRM

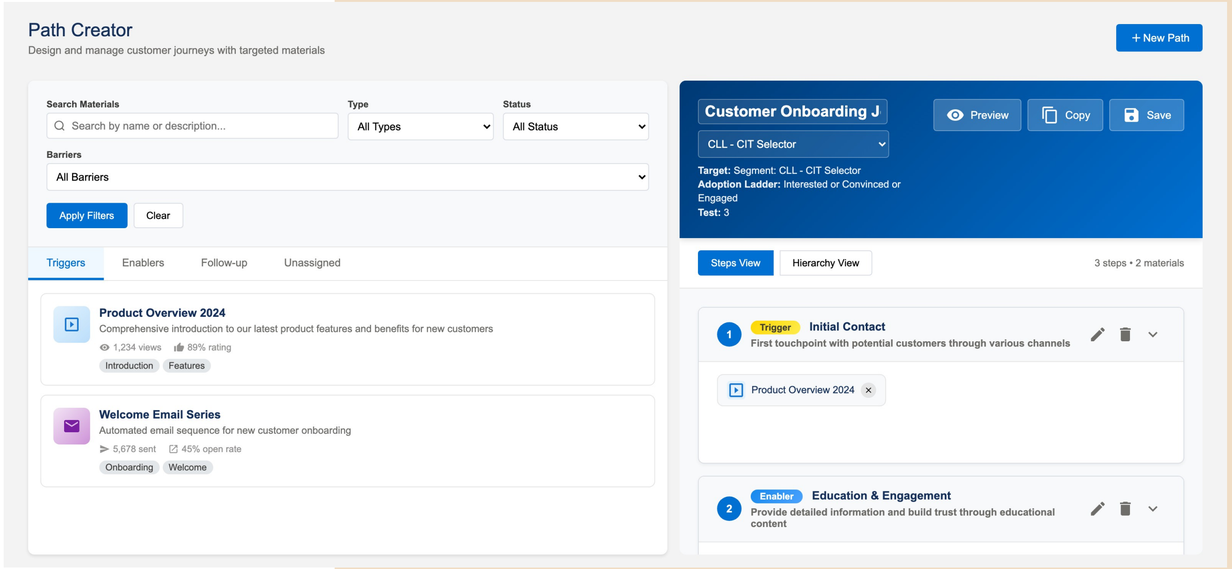
## WYZWANIE

Przedstawiciel ma kilka minut na wizytę i dziesiątki materiałów do wyboru. Ta sama prezentacja dla każdego lekarza pomija to, na jakim etapie adopcji terapii jest lekarz i co go od niej powstrzymuje. Marketing nie wie, które materiały naprawdę odpowiadają na bariery.

## ROZWIĄZANIE

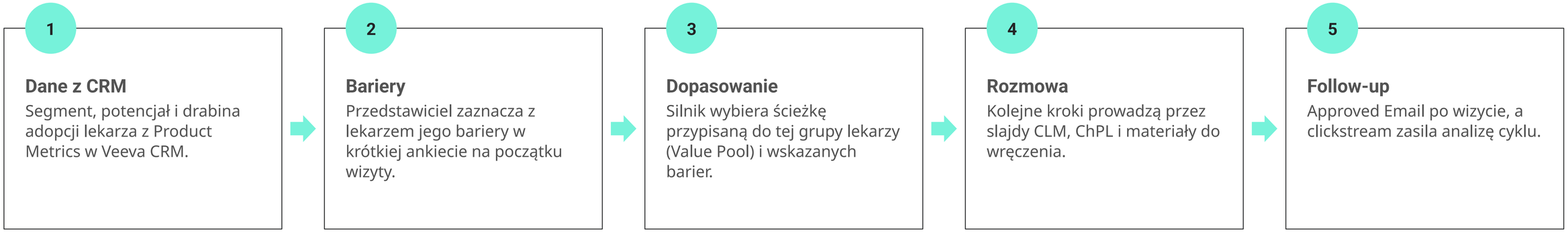
Saline to nasza platforma zbudowana natywnie na Salesforce i Veeva CRM, która dla każdego lekarza dobiera właściwą ścieżkę rozmowy i materiałów.

- **Dopasowanie do lekarza:** ścieżka wybierana na podstawie segmentu, drabiny adopcji, potencjału i barier wskazanych w ankiecie podczas wizyty.
- **Ścieżki z materiałów:** kroki typu Trigger i Enabler, a w nich slajdy CLM, Approved Email, materiały drukowane, ChPL i audio.
- **Path Creator:** Brand Manager buduje ścieżki metodą przeciągnij i upuść, współdzieli je między grupami lekarzy i planuje w cyklach.
- **W rękach przedstawiciela:** ścieżka działa w prezentacji Veeva CLM na iPadzie, z synchronizacją danych i pełnym clickstreamem.




Path Creator w Saline: ścieżka dla grupy lekarzy budowana z biblioteki materiałów.

# JAK DZIAŁA SALINE




## MODUŁY PLATFORMY

- Dashboard i statystyki
- Import danych z CRM
- Value Pools (grupy lekarzy)
- Ankiety i bariery
- Biblioteka materiałów
- Path Creator
- Ścieżki współdzielone
- Cykle i kopiowanie ścieżek
- Import i eksport JSON
- Uprawnienia użytkowników

## KORZYŚCI

- **Każda wizyta trafia w potrzebę:** rozmowa odpowiada na realną barierę lekarza, a nie na ogólny scenariusz.
- **Marketing steruje treścią centralnie:** zmiana ścieżki lub materiału bez wydawania nowej wersji prezentacji.
- **Pomiar efektu:** widać, które ścieżki i materiały przesuwają lekarzy w górę drabiny adopcji.

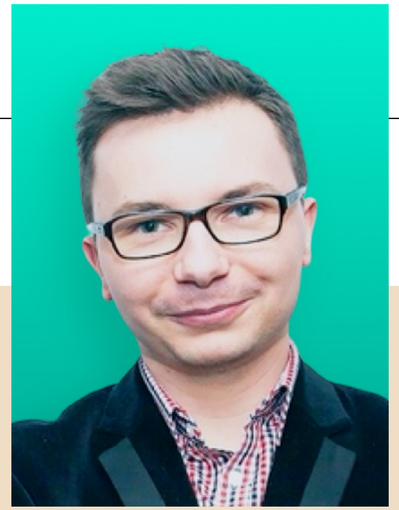
Private & Confidential

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

# Wavy Apps

## Dedykowany Zespół

Private & Confidential



**W projektach dla Roche będzie pełnił funkcję Project Managera, odpowiedzialnego za kompleksową koordynację i zarządzanie,** zapewniając płynne dostarczanie realizowanych działań na każdym etapie.

## MICHAŁ JARMUŁA

Partner, Project Delivery / Pharma & Digital Solutions Expert

Michał Jarmuła to doświadczony **Project Manager z ponad 15-letnim stażem** w prowadzeniu złożonych projektów digitalowych, ze szczególnym naciskiem na sektor farmaceutyczny od 2014 roku. Jako Partner odpowiedzialny za Project Delivery w Wavy Apps nadzoruje planowanie, koordynację i realizację multichannelowych projektów marketingowych i edukacyjnych na wielu rynkach.

Współpracował z czołowymi globalnymi firmami farmaceutycznymi, m.in. **AbbVie, Takeda, Janssen, Viatris, Teva, Ipsen, Gilead, Fresenius Kabi, Sanofi i Bayer.** Jego doświadczenie obejmuje m.in.: strony internetowe, aplikacje mobilne, kampanie SEO/SEM, prezentacje CLM, Approved Emails w ekosystemie Veeva CRM, duże wdrożenia Salesforce oraz projekty innowacyjne oparte na AI.



# MARIIA POLIAKOVA

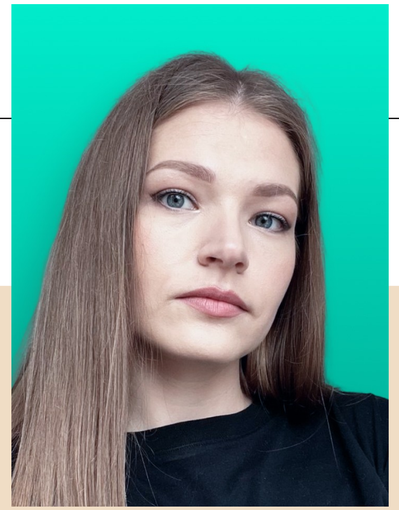
Partner, Business Development / Strategist

**W projektach dla Roche** będzie pełnić rolę **stratega**, odpowiedzialnego za wyznaczanie kierunku działań i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań wspierających cele biznesowe i marketingowe.

Mariia Poliakova to **wizjonerska liderka z ponad 20-letnim doświadczeniem w marketingu life sciences** i projektowaniu szeroko rozumianej komunikacji. Specjalizuje się w strategiach marketingowych w farmacji, omni- i opti-channel engagement, XR, innowacjach cyfrowych oraz treściach edukacyjnych, łącząc kreatywność z zaawansowaną technologią w celu dostarczania skutecznych rozwiązań projektowych.

Jako **Managing Partner i Business Development Director w INCHKYIV,** Mariia stworzyła jedną z największych i najbardziej innowacyjnych agencji marketingu farmaceutycznego w Ukrainie, kierując zespołem ponad 90 ekspertów. Pod jej przywództwem INCHKYIV realizowało nagradzane kampanie i przełomowe projekty w obszarach RX, OTC, Animal Health i Crop Science.

Jej praca została wyróżniona wieloma prestiżowymi nagrodami, w tym **RX Cub New York, The Very Best Of i KMFR**. W 2025 roku została również wpisana na listę **Forbes NEXT 250.** Kobieta w technologii, która kształtuje przyszłość marketingu farmaceutycznego i innowacji cyfrowych.



## VIRA HRYBOVOD

Medical Team Lead / Senior Medical Copywriter

**W projektach dla Roche** odpowiadać będzie za przydział zadań i nadzór, zapewniając płynną koordynację i **realizację wszystkich treści medycznych.**

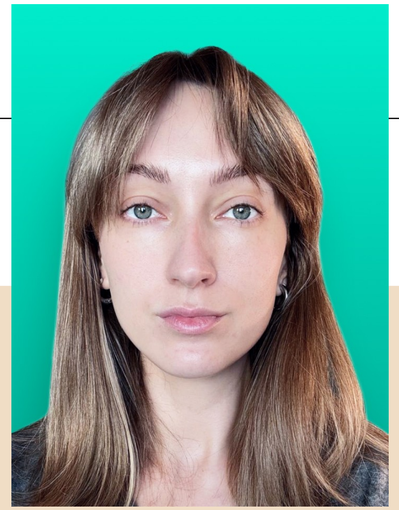
**Lekarz Medycyny,** kierująca zespołem medical writerów, odpowiedzialna za tworzenie precyzyjnych, skutecznych i zgodnych regulacyjnie treści medycznych.

**Ekspertka w dziedzinie marketingu farmaceutycznego** i tworzenia treści medycznych, certyfikowana w Copywritingu i UX Writingu.

Wnosi unikalną perspektywę dzięki doświadczeniu zdobytemu zarówno po stronie firm farmaceutycznych, jak i agencji, łącząc naukę z marketingiem w spójne strategie.

Jej ścieżka zawodowa obejmuje m.in. dwuletnią **rezydenturę z chorób wewnętrznych** w Szpitalu Miejskim nr 28 w Charkowie, a następnie rolę Medical Representative w **Teva Pharmaceuticals**, gdzie zdobyła praktyczne doświadczenie w promocji farmaceutycznej i pracy z klientem.

W ciągu ostatnich pięciu lat w INCHKYIV awansowała z **Medical Advisor na Medical Team Leaderkę,** obecnie **zarządzając zespołem ponad 20 medical writerów.** Zrealizowała liczne projekty digitalowe o dużym wpływie, zdobywając nagrody branżowe za innowacyjne kampanie marketingowe w farmacji.



## ELIZABETH VNUKOVA

*Chief Creative Officer / Head of Design Department*

**W projektach dla Roche** odpowiadać będzie za **strategię kreatywną i kierunek designu,** zapewniając, że wszystkie materiały będą efektowne, zgodne z regulacjami i wizualnie angażujące.

Elizabeth Vnukova to uznana **liderka kreatywna** z ponad 10-letnim doświadczeniem **w designie, brandingu i tworzeniu treści.** Jako Chief Creative Officer i szefowa działu designu w INCHKYIV odpowiada za kreatywną wizję agencji, prowadząc multidyscyplinarny zespół w tworzeniu innowacyjnych i atrakcyjnych wizualnie rozwiązań dla marketingu i komunikacji w farmacji.

Ukończyła **Projektowanie Graficzne na Charkowskiej Państwowej Akademii Projektowania i Sztuki**, co stanowi solidną podstawę dla jej przywództwa kreatywnego i wiedzy w zakresie designu.

Karierę rozwijała w różnych branżach, również w ramach inicjatyw non-profit. Przed dołączeniem do INCHKYIV pracowała w wielu czołowych agencjach kreatywnych i dla renomowanych marek, zdobywając bogate doświadczenie w **komunikacji strategicznej i visual storytellingu.**

Znana z **umiejętności strategicznego myślenia** i inspirowania zespołów, Elizabeth łączy kreatywność z celami biznesowymi, dbając, aby każdy projekt wpisywał się w wizję marki i potrzeby rynku.

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2026

# DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ




Michał Jarmuła

**Managing Partner,**
**Project Delivery**

michal.jarmula@wavy-apps.com

+ 48 501 276 947





Marcin Kułakowski

**Managing Partner,**
**Technology & Project Delivery**

marcin.kulakowski@wavy-apps.com

+ 48 502 531 002