**Olaf Kuitkowski, Co-Founder**

Przez lata zdobywał doświadczenia zawodowe w firmach z branży marketingowej, gdzie zajmował różne stanowiska, w tym m.in. Head of Sales. Dzięki temu posiada szerokie umiejętności, które pozwalają mu efektywnie wykonywać obowiązki członka zarządu Rokmates i pracować z kluczowymi klientami agencji. Ceni sobie ciągłe poszerzanie własnej wiedzy z zakresu strategii, konkurencyjności przedsiębiorstwa, zarządzania zespołami, a także efektywnej i skutecznej obsługi klienta. Na pierwszym miejscu stawia kulturę organizacji, czego przejawem jest m.in. nieużywanie w Rokmates określeń typu „szef” czy „pracownik”.

**Krzysztof Żyła, Co-Founder**

Przez prawie 10 lat zdobywał różne doświadczenia w firmach z branży esportowej, gamingowej i influencer marketingowej. W tym czasie m.in. zarządzał dużymi projektami, organizował turnieje esportowe, kompleksowo obsługiwał różnych klientów, nauczył się strategicznego podejścia do marketingu, a także dogłębnie poznał środowisko YouTube'a i mediów społecznościowych. Bazując na wszystkich zdobytych umiejętnościach, realizuje swoje marzenie o współtworzeniu agencji, która sprawia, że praca klientów i twórców staje się prostsza. Najbardziej ceni sobie długotrwałe i partnerskie relacje z klientami, a w codziennej pracy najważniejsze jest dla niego zachowanie zimnej krwi niezależnie od sytuacji. Od kilku lat uważnie śledzi wszystkie wydarzenia w internecie nie tylko z perspektywy eksperta, ale też zwykłego widza.

**Krzysztof Sarna, Head of Marketing & Strategy**

Pracuje w branży marketingowej już od kilkunastu lat. Zdobywał doświadczenia zawodowe kolejno: prowadząc zespół odpowiedzialny za realizowanie długofalowych projektów (np. Studio Tymbark), obsługując procesy przetargowe i przygotowywanie ofert, a także zajmując się opracowywaniem koncepcji kreatywnych. Dzięki temu dobrze rozumie każdy etap realizacji kampanii marketingowej. Kierowany przez niego dział jest odpowiedzialny za tworzenie strategii komunikacji dla klientów, a także rozwój zintegrowanej strategii marketingowej agencji. Zawodowo interesuje się sztuczną inteligencją, a w pracy ceni sobie nieustanne poszerzanie swoich kompetencji. Pracował m.in. z takimi markami jak Kubuś, Nerf, Vivo, Lotto, Wyborowa czy Jack Daniel’s. Obecnie jest również członkiem Grupy Roboczej AI w IAB Polska.

**Katarzyna Kowalewska, Head of Sales**

Posiada ponad 15 lat doświadczenia w sprzedaży, które zdobywała przy sprzedaży usług w mediach i branży digital. Do tej pory w swojej karierze współpracowała m.in. z takimi firmami jak Henkel, Unilever, P&G, J&J, Lego czy Mattel, a także stacjami TVP, TVN i Polsat. Pracowała też przy tworzeniu strategii, realizacji działań marketingowych i kampanii PR-owych, a także jako copywriterka. W agencji Rokmates odpowiada za budowę oraz rozwijanie działu Sales, który obsługuje nowych klientów.

**Robert Fidler, Creative Lead**  
Człowiek, dla którego kreatywność nie ma granic. Posiada ponad 5-letnie doświadczenie na stanowiskach kreatywnych. W przeszłości odpowiadał za działania m.in. dla Tymbarku, Fanty, Hebe i Biedronki. Jego specjalizacją są koncepcje multiformatowe – od scenariuszy po oprawę wizualną i muzyczną. Odpowiada za opracowanie koncepcji kreatywnych dla kampanii realizowanych przez Rokmates, nadzór nad procesami produkcyjnymi oraz wspieranie rozwoju kompetencji kreatywnych wewnątrz zespołu agencyjnego.

**Wojciech Grzegorzyca, Senior Communications Manager**  
Ekspert w obszarze komunikacji influencer marketingu, esporcie i gamingu. Ma kilkanaście lat doświadczenia w tworzeniu treści tekstowych i ponad 5 lat w działaniach public relations. Obecnie odpowiada za komunikację agencji Rokmates (od strategii, przez planowanie, po realizację), a także wspiera twórców w działaniach media relations. Prelegent konferencji branżowych oraz autor artykułów dla czasopism i portali branżowych. Członek grup roboczych Gry i Esport oraz Influencer Marketing w IAB Polska, a także współautor Raportu Strategicznego IAB Polska w 2022, 2023 i 2024 roku. Pracował nad komunikacją różnych aktywacji w gamingu (w tym tych z udziałem influencerów – m.in. dla marek Huawei i Philips OneBlade czy Grupy Erbud) oraz zgłoszeniami do konkursów branżowych, w tym kampanii „Walka o Koszyki” dla Grupy Erbud, która zdobyła 8 nagród (m.in. Złoto w MIXX Awards Europe czy Złoto w Effie Poland 2022).