



(BEYOND) MEDIA AGENCY



HISTÓRIA

STARMEDIA Co. je už 21 rokov pre klientov partnerom v oblasti komunikačných stratégií, vrátane mediálneho plánovania a nákupu. Prvým významným míľnikom bol rok 2002, keď sa podieľala na prestížnom ocenení EPICA Award za kampaň pre dunajsk. Počas nasledujúcich rokov rast strojnasobila a toto úspešne faženie završila v roku 2010 ziskom ocenení Eurobest a Zlatý Klínek za úspešnú aktiváciu Ružoví kukláči pre poisťovňu UNION. Už o rok neskôr bola Starmedia spoluzakladateľom jedného z najväčších mediálnych nákupných domov na slovenskom trhu s názvom Vivaki Exchange. V roku 2013 začala cestu produktovej transformácie založením vlastného digitálneho oddelenia a následne špecializovaných tímov na cross-media plánovanie, multiscreen plánovanie a v neposlednom rade digitálny obsah, čo zahŕňa napríklad spolupráce s influencermi na sociálnych sieťach a nové príležitosti v oblasti gamingu. Najnovším prírastkom je Data science tím, ktorý sa venuje tvorbe „data driven insights“ pre riešenia šité na mieru.

INOVÁCIE

Technológie ovplyvňujúce mediálne plánovanie, nákup a exekúciu zasiahli aj menšie trhy, akým je ten náš slovenský. Nie sú to len nástroje na zefektívnenie procesov, ale prinášajú cieľovému publiku aj zážitok, resp. skúsenosť ako nikdy predtým. Využívanie najnovších trendov umožňuje agentúre testovať a aplikovať nové spôsoby adresnosti komunikácie a získať tým viac „insightov“ pre klientov, čo zabezpečuje vzájomné učenie sa a zlepšovanie výsledkov komunikačných kampaní. V Starmedii sú presvedčení, že budúcnosť mediálnych agentúr spočíva v poradenstve, čiže know-how a dáta budú najdôležitejšími menami a vlastne jediná cesta, ako zmysluplne prežiť na trhu a poskytnúť skutočne pridanú hodnotu pre biznis klientov. Aby boli v agentúre na zmeny pripravení, vytvorili tím špecialistov pod názvom Data Science, ktorý sa zaoberá získavaním dát, ich interpretáciou, analytikou a vzdelávaním špecialistov na strane klientov.

HODNOTA ZNAČKY

STARMEDIA Co. privádza k životu komunikačné stratégie prostredníctvom využívania médií, tvorby obsahu a technológií, to všetko poháňa kreatívnym prístupom k dátam. Stále sa meniace médiá predstavujú výzvu, ktorá je pre značky náročnejšia ako kedykoľvek predtým. Žiadna z generácií nebola konfrontovaná s takým množstvom obsahu, aké prijímame teraz my. Ľudia sú zahltení podnetmi, a preto je veľmi ťažké vyniknúť, najmä ak ide o komerčný obsah. STARMEDIA Co. bola kedysi zameraná výhradne na distribúciu obsahu, prostredníctvom mediálneho plánovania. Svet médií sa však výrazne zmenil, a preto sa zmenil aj spôsob práce agentúry. Spoločne s najlepšimi tvorcami na trhu prináša lokálny obsah, ktorý je na mieru šitý značke aj cieľovému publiku, a to vrátane distribučnej stratégie. Tá nemôže zmysluplne fungovať bez zodpovedajúceho dátového podkladu, ktorý je vlastne srdcom celej práce.



ÚSPECHY

Agentúra je pravidelne oceňovaná za svoj kreatívny a efektívny prístup k práci pre klientov. V roku 2015 sa stala Slovenskou agentúrou desiatročia v česko-slovenskej súťaži mediálnej kreativity a inovácií FLEMA. Už po štvrtýkrát obhájila ocenenie Superbrands Slovakia, ktoré získala prvýkrát v roku 2014 ako vôbec prvá ocenená mediálna agentúra na našom trhu. Za týmito úspechmi a najmä za kvalitnou prácou pre klientov stojí takmer 40 profesionálov, ktorí spoločne naplňujú víziu byť moderným konzultantom v oblasti komunikačných stratégií a súvisiacich dátových riešení. Počas roka 2018 od klienta Samsung dostali zadanie na udržanie značky v pozícii technologického lídra na trhu počas obdobia „Späť do školy“, konkrétne v segmente smartphones. Súčasťou komplexnej online a offline stratégie sa stal prvý chatbot umiestnený priamo v banneri na rôznych relevantných slovenských weboch. K spotrebiteľom tak dostali výrazný „call to action“, prostredníctvom ktorého sa mohli opýtať čokoľvek ohľadom nového telefónu Note 9. Riešenie si vyžadovalo pokročilé technologické know-how, dokonalú znalosť produktu, pochopenie cieľovej skupiny a najmä predvídanie jej správania, aby umelú inteligenciu

nakrmili správnymi vzormi otázok a odpovedí. Práca sa samozrejme ani zďaleka neskončila nasadením banneru, keďže bolo nutné denne sledovať vývoj konverzácií a prispôbovať tak obsah, ktorý chatbot poznal. Výsledkom bolo 4 800 správ generovaných 1 800 používateľmi, ktorých zaujímala najmä cena produktu, zľavy a miesta, kde sa dá produkt kúpiť. Technológiu môže klient aj naďalej použiť na akejkoľvek digitálnej platforme (webová stránka, aplikácia, banner atď.).

SPOLOČENSKÝ ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

STARMEDIA Co. aktívne podporuje viaceré charitatívne a spoločensky prospešné projekty. Patrí medzi ne napríklad spolupráca s Úniou nevidiacich a slabozrakých Slovenska s jej pravidelnou zbierkou Biela pastelka, taktiež podporuje Avon pochod proti rakovine prsníka. V minulosti stála pri zrode a štarte projektu Dobrý Anjel. V rámci interných procesov a nastavení spoločnosť výrazne podporuje zamestnancov v ich pracovnom, ako aj celoživotnom rozvoji s prioritou zladenia pracovného výkonu a nepracovného využitia, a tým podporuje ich spokojnosť a sebarealizáciu pretavenú do dlhoročného pôsobenia v štruktúrach



ANDREA PETRIŠČÁKOVÁ
DIGITAL & DATA SCIENCE DIRECTOR

„Sme odborníci na komunikačné stratégie, ktoré privádzame k životu prostredníctvom využívania médií, tvorby obsahu a technológií, to všetko poháňané kreatívnym prístupom k dátam.“



BRAŇO POLÁK
CEO AGENTÚRY

ZNAČKA A ČÍSLA

- AGENTÚRA MÁ ROVNAKÝ POČET ZAMESTNANCOV, AKO JE POČET DOLÁROV, KTORÝ DOSTALA CAROLYN DAVIDSON OD SPOLOČNOSTI NIKE ZA VYTVORENIE, DNES UŽ IKONICKÉHO, LOGA. A TO KONKRÉTNE 38
- V ROKU 2018 AGENTÚROU NAKÚPENÉ TV KAMPANE PRINIESLI TOLKO RATINGOV, KOĽKO BOLO CELOSLOVENSKY PRVOVOLIČOV V KOMUNÁLNYCH VOĽBÁCH 2018 – TAKMER 56 000