



Intervju sa Mihailom Ponjavićem, direktorom prodaje Media Impact Srbija

Kompanija Ringier Axel Springer oformila je Media Impact Srbiju koja je počela sa radom 1. oktobra 2015. godine. Da li je tržište dobilo još jednu agenciju?

Media Impact nije medijska, kreativna ili buying agencija, mi smo prodajni brend i kao takvi partner svima. Media Impact je brend koji uvodi inovacije, koristi nove tehnologije i mogućnosti. Ideja je za nas najveća valuta i mi želimo naše ideje da predstavimo u najboljem svetlu.

Media Impact je trendsetter u digital premium publishingu, sa čvrsto utvrđenom pozicijom lidera za teritorije centralne i istočne Evrope. Pod zastavom Media Impacta, pored Poljske, u osvajanje tržišta kreće i Srbija, a vrlo brzo će nam se pridružiti i Slovačka i Mađarska.

Koja je razlika između dosadašnjeg funkcionisanja kompanijskog advertising sektora i Media Impacta?

Transformisali smo se i reorganizovali prema potrebama naših klijenata. Pojačali smo naš profesionalni tim kako bismo našu uslugu učinili boljom, tj. advertising u Srbiji oblikovali prema svetskim standardima. Formirali smo "one contact point" - prodavca koji će biti industrijski orijentisan, a prema klijentu spreman da prezentuje i ponudi celokupan portfolio i servis. Postajemo daleko efektivniji entitet koji će pored primarnog cilja, da bude inovativni partner u brend komunikaciji, pomoći klijentima da ostvare maksimalan efekat od advertisinga u opštoj evoluciji digitalnog biznisa.

Koje tehnološke inovacije Media Impact planira da uvede?

Ono što planiramo da kroz Media Impact donesemo našim klijentima i partnerima u mesecima pred nama je preciznije targetiranje online kampanja, koje ćemo isporučiti kroz tehnološku analizu naših Big Data korisnika na nivou grupacije, samim tim i preciznog Multy screen usera koji ćemo pratiti tokom dana, kreativnu Video produkciju, Social Media optimizaciju, lokalni ali i regionalni reach.

Šta vidite kao vašu najveću prednost u odnosu na ostale aktere na tržištu?

Kompanija Ringier Axel Springer, koja je i pokrenula Media Impact Srbiju, transparentno je vlasništvo dva izdavačka giganta, švajcarskog Ringiera i nemačkog Axel Springera, koji su objedinili svoja poslovanja u centralnoj i istočnoj Evropi. Danas Ringier Axel Springer upravlja širokim porfoliom sa preko 160 štampanih i onlajn izdanja na tržištima u Srbiji, Poljskoj, Slovačkoj i Mađarskoj. Mogućnost da razmenjujemo znanja i upotrebu novih tehnologija i unutar grupe daje nam za pravo da se osećamo ne kao lider, već kao prvak superteške kategorije. Tu zaista i leži naša najveća snaga.

Šta je okosnica nove ponude koju uvodite sa Media Impactom?

Noviteti u našoj ponudi su, pre svega, native i video advertising.

Moć premium publishinga leži u okupljanju oko naših sadržaja. I zato smo odlučili da ga stavimo u funkciju advertisinga na način koji je najefektniji - native advertisingom. Native advertising se prilagođava svojim izgledom samom dizajnu stranice na kojoj se plasira ili sadržaju u koji se uklapa. To je proizvod koji po definiciji predstavlja prirodni i esencijalni deo procesa konzumacije sadržaja. Ako bih mogao da se još slobodnije izrazim, native advertising je poput kameleona koji je spušten na sadržaj i tu poprima njegove boje i oblik.

Video kao advertising format je nešto na šta je potrošač navikao, takođe i nešto u šta klijent ima neograničeno poverenje.

Video platforma koju smo razvili u okviru Media Impacta predstavlja ulaganje u emitovanje TVC-ja koji je potrošač zaista odgledao, i to je nešto što je do pre nekoliko godina bilo gotovo nezamislivo, a uz nas postaje merljivo.

Baza naših raspoloživih ekskluzivnih sadržaja se svakodnevno uvećava i brendovi sa ovog tržišta uveliko prepoznaju, jer naš korisnik ciljano dolazi po sadržaj. Mi ne emitujemo TVC u reklamnim blokovima, mi posetiocu serviramo jednu poruku, i garantujemo da je on tu poruku video. Naš gledalac ne menja kanal, ne izlazi iz sobe, on je spreman da sačeka 15 sekundi zbog video sadržaja koji ga zanima i najbitnije, zbog sadržaja koji mu nije nametnut.