

Nová agentura chce tvořit „prožitky se značkou“

JAROSLAV KRUPKA

PRAHA Čeští spotřebitelé tráví stále méně času před televizními obrazovkami a více na internetu a mimo domov. Propagace značky se posunula od komunikace směrem k „prožitkům se značkou“. Na to se rozhodla vsadit nová reklamní agentura na českém trhu Tribal DDB, která se včera představila novinářům. Jedním z prvních a největších klientů této firmy v Česku se stal mobilní operátor Vodafone.

Agentura se chce podle svého vyjádření posunout od jednosměrné komunikace prostřednictvím klasických médií k tomu, aby přilákala cílovou skupinu k vlastnímu komunikačnímu kanálu té či oné firmy či značky a vedla jeho prostřednictvím se zákazníkem dialog. „To zahrnuje nejen interaktivní internetové stránky, ale také brandovanou zábavu a experimentální komunikaci. Nejsou nám cizí ani příklady, kdy výrobce nábytku postaví vlastní show o zvelebování domova, kterou odvysílá vlastními prostředky. V dnešní době, kdy spotřebitelé mohou vytvářet své blogy či jinak jednoduše sdílet své zkušenosti se značkou se spoustou jiných lidí,

hraje tento přenos zkušenosti významnou roli,“ uvedl Mark Cichon, výkonný ředitel agentury DDB Prague. Agentura je součástí mezinárodní komunikační sítě DDB, která stojí i za vznikem nové společnosti. Tribal DDB vznikla ve světě už v devadesátých letech jako specialista na digitální a internetovou komunikaci. O deset let později se začala v globálním měřítku věnovat už zmíněnému „vytváření prožitků se značkou“. V Česku zatím navázala spolupráci s mezinárodními klienty, jako jsou Volkswagen, McDonald's a Henkel. Významným klientem firmy, získaným přímo na českém trhu, se stal Vodafone. Ten letos vyhlásí celou sérii výběrových řízení na reklamní agentury, které budou zastupovat jeho produkty a značky v nejrůznějších oblastech komunikace – a právě Tribal DDB má být vedoucí agenturou, koordinující všechny reklamní aktivity Vodafone.

Snaha zapojit se do konverzací zákazníků a do „globálního dialogu“ je dnes jedním z trendů moderního marketingu. V Praze se mu proto bude v říjnu věnovat speciální konference (viz *Značky jako součást globálního dialogu*).

