

Na slavnostním vyhlášení Agenturní spolupráce roku 2023 nejčastěji bodovaly agentury Wavemaker a Knowlimits

26.9.2024 - Veronika Geltner | Seznam.cz

Zástupci tuzemské internetové jedničky Seznam.cz dnes vyhlásili vítěze v třetím ročníku soutěže Agenturní spolupráce roku. Porota za loňské projekty ocenila například komunikační agenturu Knowlimits jako skokana roku nebo agenturní skupinu Publicis Groupe za práci s cookieless cílením v Skliku napříč klientským portfoliem. Dvě ocenění si odnesla také agentura Wavemaker.

Odborná porota složená ze zástupců společnosti Seznam.cz oceňovala nejlepší projekty mediálních a kreativních agentur letos už potřetí. V celkem devíti kategoriích se o finálové umístění utkaly necelé dvě desítky agentur se svými projekty realizovanými v seznamáckém reklamním prostoru.

Offline, programatické a CSR kampaně soutěžily v kategorii speciálních spoluprací

Offline kampaně hrají v reklamní strategii stále důležitou roli, přičemž kreativní přístupy a efektivní využití tradičních médií mohou značně zvýšit jejich dopad. V této kategorii porota hodnotila kampaně, které excelovaly v kombinaci offline médií a originálních formátů. Vítězná spolupráce agentury Wavemaker s rádiem Expres FM přinesla kreativní soutěž o znalostech seriálu Zaklínač. Kampaň efektivně využila rádiové spoty, soutěžní formát a PR článek na webu rádia k zapojení posluchačů.

Programatická spolupráce je v současnosti klíčovým prvkem v efektivním cílení reklam. Pomocí sofistikovaných metod, jako je cookieless cílení, se značky mohou lépe spojit se svou cílovou skupinou. „V této kategorii jsme ocenili agentury, které vynikly kreativním a inovativním využitím programatických nástrojů. Vítězná agentura Publicis Groupe se ze všech nejlépe zvládla poprat s cookieless cílením v Skliku napříč svým klientským portfoliem. Navíc chytře navázala na Seznam spoluprací s TMBK u klienta Budějovický Budvar,“ hodnotí vítěze Tomáš Bůřil, obchodní ředitel Seznam.cz.

CSR kampaně mají moc nejen přispět k celospolečenským tématům, ale také efektivně oslovit relevantní publikum. V této kategorii zvítězila kampaň, která nejen že se úspěšně zaměřila na důležitá sociální témata, ale také dosáhla významného zásahu. „Kampaň iniciativy Pod svícem účinně upozornila na problematiku domácího násilí a poskytla rady, jak postupovat v případě ohrožení. Do projektu se zapojili advokátka Lucie Hrdá a Pavel Houdek z Moderní sebeobrany. Kampaň probíhala online, na sociálních sítích a byla podpořena PR aktivitami, které zajistily agentury Championship Music a Seeya Creative,“ komentuje vítěznou kampaň Aneta Kapuciánová, manažerka komunikace a tisková mluvčí Seznamu.

V kreativní kategorii byly hodnoceny obsahové spolupráce, audioreklama a videokampaně

Online audio je formát, který využívá čím dál více klientů. „Přináší totiž nové možnosti pro prezentaci značek. Tematické podcasty se stávají skvělým nástrojem pro oslovení specifických cílových skupin. Vítěznou agenturu Dentsu jsme ocenili za celoroční partnerství klienta Fortuna s podcastem „Nosiči Vody“. Podle nás došlo ke skvělému a přirozenému propojení klienta s redakčním sportovním obsahem,“ říká Tereza Marková, která klíčovým zákazníkům Seznamu radí s audioreklamou.

Z nominací na obsahové spolupráce zaujala z tří nominovaných projektů odbornou porotu nejvíce kampaň pro značku Whiskas od agentury MSL (člen agenturní skupiny Publicis Groupe). „V Seznamu vidíme, že obsahová reklama je stále vyhledávanější. V dnešní době, kdy je pozornost diváků stále cennější, je důležité, aby reklama přirozeně zapadala do kontextu obsahu. Co jsme na kampaních hodnotili, byl jejich úspěch, inovace, pročtenářský přístup a role agentury,“ vysvětluje Vít Fiala, zástupce obchodního ředitele Seznam.cz, který cenu předával.

Své druhé ocenění v soutěži Agenturní spolupráce roku si během slavnostního předávání z rukou Víta Fialy převzala agentura Wavemaker za nejlepší videokampaň roku 2023. Jejich kampaň pro novou sérii „Sex Education“ (Sexuální výchova) vynikla svým originálním přístupem, který spojil humor a edukaci. Kampaň si získala široký ohlas díky svému svěžímu a zábavnému pojetí, které nenásilně zapojovalo diváky a přinášelo důležité informace.

V mediálních kategoriích si nejvíce sošek odnesli z Knowlimits

V této kategorii se předávaly ceny v nominacích: Cross-mediální spolupráce roku, Skokan roku, Absolutní skokan roku. První gratulace v kategorii získala agentura OMD (člen agenturní skupiny Omnicom Media Group) za kampaně pro klienta Kaufland. Oceněná spolupráce nejlépe splnila podmínky kategorie, která zohledňovala jak výši reklamních investic pro jednoho klienta, tak využití alespoň tří různých mediatypů.

Skokanem a Absolutním skokanem se letos stala agentura Knowlimits. Dokázala totiž ze všech nominovaných nejvíce zvýšit objem spoluprací na stejném klientském portfoliu v porovnání s předchozím rokem.

O své vítězství se agentury podělily s neziskovými organizacemi

Stejně jako v posledních dvou ročnících byla každá kategorie spojená s konkrétními neziskovými organizacemi. Vítěz dané kategorie předal neziskovce kredit do reklamního systému Skliku, který organizace může využít na propagaci vlastních aktivit. Celkově bylo rozděleno 450 tisíc korun.

- Agenturní skupina Publicis Groupe pomohla Dětskému krizovému centru.
- Agentura Wavemaker věnovala šek neziskové organizaci Replug.me a také projektu Šance.
- Agentura Championship Music ve spolupráci s agenturou Seeya Creative podpořila neziskovou organizaci Srdcem Robinson.
- Dentsu podpořila Konto Bariéry.
- Agentura MSL potěšila svou prací neziskovou organizaci Cesta domů.

- Agentura OMD udělala dobrý skutek pro síť nadačních second handů Moment.
- Komunikační skupina Knowlimits Group jako výherce ve dvou nominacích také podpořila dvě neziskové organizace, a to Nadační fond Muži proti rakovině a speciálně pedagogické centrum Eda.

<https://blog.seznam.cz/2024/09/na-slavnostnim-vyhlaseni-agenturni-spoluprace-roku-2023-nejcastejibodovaly-agentury-wavemaker-a-knowlimits>