



Médiaügynökségi illúziók

WM+52
World Markets

A magyar médiaügynökségi piac 1992-2012 között

1992:

Halleluja!!!

1997:

Cost/GRP forradalom

2001:

Internet osztályocskák indulnak

2005:

Buzz word: 360 fokos kommunikáció
(esemény, produkció, PR, barter, ...)

2008/09:

Költség visszavágási hullám

2010/11:

Online orrsúlyos diverzifikáció
(kreatív, search, mobil, social, ...)

2012:

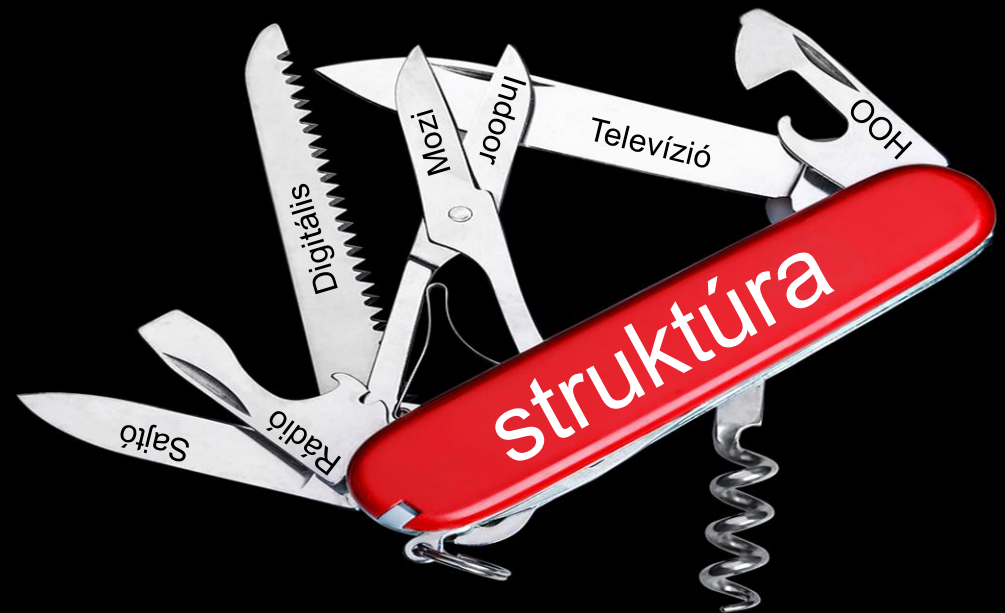
a puding próbája ...



Komplex kihívások – kész modellek

Mostanáig:

- Előre jelezhető, véges számú kérdésre/kihívásra ...
- ... közép/hosszú távon működő, véges számú modellek kidolgozása volt a válasz.



Komplex kihívások – multifunkcionális struktúra

Mostantól:

- Végtelen számú, előrejelezhetetlen kihívásra ...
- ... végtelen számú, azonnali, akár (nagyon) rövidtávú megoldás a válasz.

Ehhez a rugalmassághoz szükséges egy multifunkcionális struktúra kialakítása!



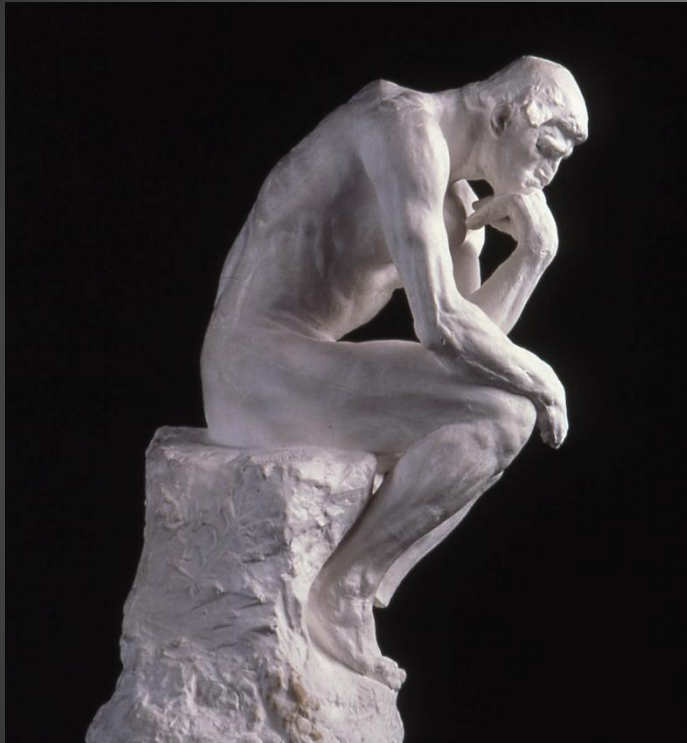
Multifunkcionális struktúra

- Stabil, több lábon álló
- Tovább bővíthető
- Gyors reagálású
- Igényteremtő
- Egymást segítő
- Diverzifikált bevétel

Országos televízió
Kábelcsatornák
IPTV
Tradicionális közterület
Ambient
Digitális közterület
Barter
OOH
Sajtó
Rádió
Indoor
Mozi
Display
Social media
Search
Mobil
Kreatív
Tárgyalás
Tanácsadás
Kutatás
Gaming
IPad
Digitális video
Programgyártás
Product placement
Virtuális reklám



Minden struktúra szakemberekből áll



„Horizontális” szakemberek



„Vertikális” szakemberek



Horizontális szakemberek



A struktúra számára:

- Horizontális, azaz széles szakmai területet lefedők
- Igényteremtők
- Lassan bővülő csoport
- Stabil partnerek
- Egyszeri befektetést, majd fenntartás igénylő csoport
- Ügyfélkapcsolati kollégák



Vertikális szakemberek

A struktúra számára:

- Vertikális tudású specialisták
- Igény kiszolgálók
- Folyamatosan kiegészülő
- Állandóan változó
- Folyamatosan finanszírozást igénylő csoport
- Diverzifikált szolgáltatásokat nyújtó szakemberek



Folyamatos változás

A két csoport között folyamatos az egyirányú átjárás!

Amint a Vertikális szakemberek által nyújtott „réteg szolgáltatás” tömegcikké válik, a Horizontális szakember átveszi és magáévá teszi a területet.

A múlt: display stratégia és tervezés

A jelen: kereső marketing

A közeljövő: közösségi kampányok, alkalmazások



A Mediabrands cégcsoportnál manapság

Horizontális



Médiatípustól függetlenül:

- Off-line média
- On-line média
 - Display
 - Stratégia & Taktika
 - Konzultáció
 - Kereső marketing
 - Tervezés

Vertikális



Adott szakterületet lefedve:

- Egyedi digitális szakterületek
 - Search, mobil, social
 - Operator & Designer
- Tárgyalás
- Kutatás
- Fejlesztés
- Elemzés



Hagyjunk fel a tipikus illúziókkal!

- „Van közép/hosszútávú modellünk az éppen aktuális kihívásokra.”
- „Egyszeri befektetés elég az üzleti tervben kitűzött profithoz.”
- „Tudjuk jól, minek milyen hatása lesz 3 év múlva.”
- „Ááá, ráérünk még erre ráállítani egy specialistát...!”

- „Ez a tender kizárólag a tv árakon fog múlni!”





Köszönöm a figyelmet!