



Od października 2022 r. MediaMarktSaturn używa terminu "Experience Electronics" do opisu swojego repositionowania oraz szerokiego zakresu usług oferowanych klientom. W ramach towarzyszącej temu procesowi kompleksowej transformacji marketingowej firma zainicjowała kolejny etap, przyznając międzynarodowy budżet mediowy Grupie Publicis. Ten krok przenosi marketing firmy na wyższy poziom komunikacji skoncentrowanej na kliencie.

Od uruchomienia ogólnoeuropejskiej kampanii marki "Let's GO!" w październiku 2022 r., firma nieustannie pracuje nad rozwojem swojej marki. Teraz, z nową agencją medialną, która po raz pierwszy działa ponad granicami państw, pełne możliwości mają być również wykorzystywane w sektorze mediów. Proces przetargowy na nową agencję medialną, który zakończył się niedawno, był największym międzynarodowym przetargiem w historii MediaMarktSaturn i trwał prawie osiem miesięcy. Wzięły w nim udział cztery główne sieci agencji mediowych.

Doświadczenia klienta na pierwszym miejscu

Jesienią 2022 r. MediaMarktSaturn uruchomił pierwszą międzynarodową koncepcję kampanii we wszystkich krajach, w których prowadzi działalność. Firma prowadziła z powodzeniem swoją strategię najlepszych doświadczeń poprzez storytellingowe kampanie, takie jak Walentynki czy Boże Narodzenie bądź kolorową komunikację Black Friday oraz nowy projekt marki w erze cyfrowej, z naciskiem na kultowy "wir marki". W centrum uwagi jest doświadczenie klienta i osobiste porady.

Nasza marka jest centralnym punktem, jeśli chodzi o dalsze wzmacnianie naszych celów. Tworzymy Experience Electronics, aby wzbogacić życie ludzi. Teraz robimy kolejny logiczny krok w kierunku zostania Experience Champion, również w odniesieniu do mediów – stwierdza Michael Schuld, CCMO MediaMarktSaturn.

Nowy poziom, nowe możliwości

Konfiguracja z międzynarodową siecią medialną Publicis zapewnia równowagę między globalnym, wydajnym zarządzaniem mediami, a lokalnie dostosowaną taktyczną realizacją. Dzięki nowej platformie opartej na danych MediaMarktSaturn ma możliwość pełnego wykorzystania potencjału: od tworzenia i wykorzystywania insightów do zoptymalizowanego planowania, przez doskonałe targetowanie w różnych kanałach, po kompleksową analitykę i raportowanie. Konsolidacja sieci agencji umożliwia nowy poziom wymiany między jedenastoma krajami MediaMarktSaturn, a nowe możliwości technologiczne w obszarze ad-tech-stack powinny zapewnić bardziej efektywne wykorzystanie budżetu mediowego i ciągłą optymalizację wyników kampanii w czasie rzeczywistym.

-Tworzymy doskonale połączony fundament, który daje nam nową inteligencję i nowy dostęp do analiz. To jeszcze bardziej wzmocni nasz marketing w sposób oparty na danych. Nowa agencja mediowa będzie zarządzać wielomilionowym budżetem i rozpocznie działalność w październiku 2024 roku. Konkurs wspierała firma konsultingowa BRAIN z Monachium, specjalizująca się w zarządzaniu mediami na szczeblu krajowym i międzynarodowym – mówi Michael Schuld, CCMO MediaMarktSaturn.

MediaMarktSaturn Polska

[press box](#)