

Saját ügynökséggel lép tovább a Vodafone

Lezárult a Vodafone Magyarország ATL-tendere: a vezető kreatívügynökség szerepét a továbbiakban egy újonnan alapított WPP-cég, az ismert szakemberekkel felálló Team Red látja el.

Egy frissen alapított ügynökség, a Team Red nyerte a Vodafone Magyarország kreatív tenderét. A WPP csoport tulajdonában álló, a hasonló prágai iroda segítségével felépített új céget a Team Budapest egykori vezetői irányítják: ügyvezetője a korábbi Teamhez hasonlóan Bruckner György, kreatívigazgatója Istvánffy Zoltán, az ügyfélkapcsolatért pedig Papp László felel.

A magyar Vodafone ezzel egy más országokban már bevált mintát követ: Prága mellett Isztambulban és Milánóban is dedikált ügynökség dolgozik a helyi Vodafone-nak. Ahogy az a tender kiírásakor is elhangzott, a Vodafone egyéb ügynökségi megbízásai változatlanok maradnak: az online ügynökség továbbra is a Mito, a médiafeladatokat pedig az OMD kezeli.

Az idén korábban zajlott kisebb tendereknek megfelelően a BTL feladatokat a Redworks gondozza, a student szegmensre irányuló fókuszált kommunikációért az Artificial Group, a Green és a Wings Event konzorciuma felel. A Vodafone ezen kívül egyedi projekteken továbbra is dolgozik a Béflekszel és az Artportréval is.

A kreatívteljesítmény döntött

„Az ATL-tendert kész márkastratégiával írtuk ki, a céljainkat legjobban leképező és megvalósító kreatívírányt keresve. Így mi és az ügynökségek egyaránt abban a szerencsés helyzetben voltunk, hogy a döntést lényegében kizárólag a prezentált kreatívplatformok színvonala és eredetisége határozhatta meg” – mondta Szabó Béla, a Vodafone Magyarország márkaigazgatója.

Mindezek alapján egyhangú döntés született, egyetértésben a Vodafone a tender lebonyolításában résztvevő nemzetközi szakembereivel. „Olyan friss ötlettel lépünk a következő szintre, amely biztosítja, hogy eddigi történetéhez méltóan a Vodafone kommunikációja maradjon a legbátrabb és - innovatívabb a hazai mobilszolgáltatók között” – vetítette előre Szabó Béla. A kiválasztott új irány néhány hónap múlva mutatkozik be a nagyközönség előtt, a szolgáltató a napokban indult kora őszi kampányát még a búcsúzó DDB készítette.

A Vodafone további részleteket, így az indulók nevét sem kívánta nyilvánosságra hozni a szolgáltató globális márka- és beszerzési központjainak bevonásával zajló tenderről.

Testre szabott megoldás

„Fontos volt, hogy olyan ügynökséget válasszunk, akikkel az eddigiekhez hasonlóan szorosan együtt, nyitott légkörben dolgozhatunk – a megszokott megrendelő-végrehajtó szintkülönbséget eltüntetve, valódi partnerként” – fejtette ki Szabó Béla. „A jól működő kémia ugyancsak a Team Red felé billentette a mérleget, az azonban önmagában nem befolyásolta a döntést, hogy egy dedikált ügynökség létrejöttébe több beleszólásunk van, mint egy bejáratott ügynökség szerződéseskor lenne. Ettől persze még számos előnyt jelent ez a konstrukció.”

„A Team Red egy olyan ügynökség, amelyet ténylegesen az ügyfél köré építenek” – érzékeltette

Bruckner György ügyvezető. „Teljesen testre szabtuk a struktúrát az igényekhez mérten, és a munkamódszereinket is próbáljuk idomítani a Vodafone-éhoz. Ez nem túl nehéz, mert azt jelenti, hogy sokat jövünk össze és beszélgetünk: kvázi majdnem egy belső csoportja leszünk a Vodafone-nak. A sokszor emlegetett kémia, azaz az, hogy megértjük-e egymást, ezért is megkerülhetetlen, hiszen a Vodafone az egyetlen ügyfelünk, ha nehezen dolgoznánk együtt, az egésznek nem lenne értelme.” A közelség fizikai is lesz: a Team Red a Vodafone Magyarország központjától 270 méterre, a IX. kerületi Dunapart egyik irodaházába költözik.

„A saját ügynökség tagadhatatlan előnye az is, hogy biztosak lehetünk abban, hogy a tenderen szereplő és a bizalmunkat elnyerő senior szakembereket a napi munkában is viszontlátjuk majd” – mondta Szabó Béla. „A Team Red idén biztosan nem vállal más ügyfelet, és a jövőben is egyeztetünk a Vodafone-nal” – tette hozzá Bruckner György. „Kényszerünk nincs rá, de előnye volna, hogy a kreatívok más márkákon is inspirálódhatnak. Azt a fókuszot viszont nem szeretnénk veszélyeztetni, amelyért az ügynökség létrejött. Legfeljebb 1-2 további ügyféllel számolunk, akiket bevállalunk, ha úgy adódik, de az elsődleges a Vodafone marad.”

Teamesek és újak egyaránt

A Team Red 11 fős létszámmal indul, a pozíciók többségét mostanra már betöltötték, és a hiányzók is heteken belül csatlakoznak a munkához. „Inkább kreatív vízfejűek szeretnénk lenni: a 11 belső csapattagból 6 kreatív, 3 account, 1 az adminisztrációért felel és 1 ügyvezető. Ebben a tekintetben a régi Team hagyományait visszük tovább” – mondta Bruckner.

Az azonos vezetés és az összecsengő név dacára azonban nem a Team Budapest felélesztéséről van szó. A 11 kollégából a három főnök mellett csak az egyik art direktor, Padányi Orsolya érkezik a Matáv, majd Magyar Telekom révén jelentős telekommunikációs ügyféltapasztalatokkal bíró egykori csapatból. A többi munkatársat újonnan szerződtették, egyeztetve a Vodafone az ügynökségi piacot közelről ismerő márkacapatával.

Az új felállásban különbség az is, hogy a cégvezetők ezúttal nem tulajdonosok: a Team Red közvetlenül a brit WPP csoport 100 százalékos tulajdonában van, vezetői pedig közvetlenül az ügynökségcsoport globális központjában működő Team Vodafone-nak felelnek. „A stabil nemzetközi háttér révén sokkal inkább tudunk a szakmai dolgokra fókuszálni. Régen elég sok energiánk elment pénzügyi és adminisztrációs feladatokkal, amelyeknek a nagy részét most nem nekünk kell elvégeznünk. Úgyhogy minket a kihívás foglalkoztat: az, hogy minél jobb reklámokat csináljunk a legjobb magyar mobilmárkán” – összegzett Bruckner György.

További információ

Kormos Dalma
Vodafone Magyarország
+36 70 333 2555
sajto@vodafone.hu

Egry Linda
Eurolex Consulting
+36 70 938 6883
linda.egry@eurolex.hu