

# Biuro reklamy Clear Channel

Clear Channel Poland – międzynarodowe doświadczenie i lokalna wiedza

Siła Clear Channel Poland tkwi w tym, że jest częścią międzynarodowego koncernu o światowym zasięgu, a jednocześnie posiada doświadczenie i wiedzę na temat lokalnego rynku. Korporacyjne systemy wymiany informacji i doświadczeń, do których należą coroczne konferencje oraz funkcjonujący wewnątrz koncernu intranet – Clear Channel Resource Centre – umożliwiają zespołowi handlowców dostęp do wiedzy na temat outdooru, sposobu oferowania, badań, koncepcji kampanii itp. z całego świata. Dzięki temu handlowcy CCP są dla klienta nie tylko partnerem w przygotowaniu i realizacji kampanii, ale również doradcą w zakresie tworzenia rozwiązań outdoorowych.



Miłośnicwie nami sterujący – nie tylko w pracy – Dyrektor sprzedaży Clear Channel Jarosław Chojceki



Naszym wyjazdom zawsze towarzyszy dobra pogoda... ducha

Szarlotka zamiast jabłek – czyli oferowanie rozwiązań, a nie sprzedaż tablic

Filozofią Clear Channel Poland jest sprzedaż rozwiązań, a nie tablic. Pojedyncza tablica z perspektywy strategii komunikacji nie zapewnia realizacji celów kampanii. Dopiero w zestawieniu z innymi tablicami przekształca się w kanał komunikacji. Dlatego inwestujemy w rozwiązania, które pozwalają na tworzenie efektywnych kampanii oraz gotowych produktów reklamowych w postaci sieci dedykowanych.

Sieć dedykowana **City Young** powstała dwa lata temu. Jest sprawdzonym i skutecznym narzędziem reklamowym, gwarantującym wysoką efektywność kampanii skierowanych do młodzieży w wieku 15-24 lat.

Stworzenie sieci dedykowanej w **Centrach Biznesu** zapewniło precyzyjne dotarcie do menedżerów wyższego i niższego szczebla oraz pracowników biurowych w ośmiu największych aglomeracjach miejskich.

W przypadku **sieci na uczelniach** zastosowano nietypową formę przekazu – w postaci użytecznych i praktycznych nośników, czyli ławek i stojaków na rowery. Młodzi zdecydowanie lepiej akceptują komunikaty podane w oryginalnej formie.

**Holiday Media** to sieć nośników dostępnych są w 25 najważniejszych kurortach, umieszczonych wprost na plażach, na promenadach spacerowych i deptakach. Reklama zewnętrzna zlokalizowana wzdłuż polskiego morza w atrakcyjnych miejscowościach turystycznych pozwala precyzyjnie dotrzeć do konsumentów.



Gdzie ta keja a przy niej ten jacht, gdzie ta keja wymarzona w snach – zastanawiają się wspólnie Aleksandra Konstantynowicz – Account Executive oraz Piotr Luberadzki – Sales manager

Sieć **City FMCG** to odpowiedź na potrzebę skutecznego i bezpośredniego dotarcia z reklamą do konsumentów produktów FMCG. Jest to medium najbliższe punktom sprzedaży, najbardziej zapadające w pamięć osobom kupującym – tuż przed dokonaniem przez nich zakupów.

**Reklama w miejscu sprzedaży** ma ogromną siłę perswazji. Towarzyszy kupującemu w chwili, gdy decyduje się na wybór konkretnego produktu, aktywizuje ona sprzedaż, a także idealnie sprawdza się w roli medium ATL, budując bądź utrwalając wizerunek marki czy produktu.

Nasz zespół wykorzystuje specjalistyczne narzędzia do planowania kampanii: dane socjodemograficzne Axiom oraz badania widowni nośników. Dysponujemy również internetową przeglądarką lokalizacji, która jest interaktywnym narzędziem do selekcji lokalizacji i oceny dystrybucji nośników. Zapewnia ona Klientom komfort analizowania oferty oraz pozwala wybrać kształt kampanii. Dodatkową inspiracją na interesującą kampanię mogą być prezentowane przez naszych handlowców Case Study przedstawiające efektywne kampanie zrealizowane na nośnikach Clear Channel. Oferujemy unikatowe na rynku badanie pre-testowe layoutu plakatu reklamowego, oceniające wpływ layoutu na wizerunek marki oraz Plakat-Impact-Test, który określa stopień efektywności reklamy outdoorowej.

Pracujemy z pasją i żyjemy z pasją

Aby wzmocnić kompetencje naszych handlowców oraz podwyższyć jakość ich pracy, w dziale sprzedaży zostały wyodrębnione dwa teamy: agencyjny i direct clients. Spośród 18 osób pracujących w naszym zespole zostały wybrane cztery, które



Pod banderą Clear Channel wszyscy mają pewność, że płyniemy we właściwym kierunku

tworzą zespół planujący kampanie; jedna osoba zajmuje się analizą sprzedaży. Nad całą załogą pieczę trzyma Jarosław Chojceki – Dyrektor Działu Sprzedaży.

Niezwykłe zgrany zespół działu sprzedaży tworzą doświadczeni pracownicy pamiętający jeszcze początki tworzenia firmy i doskonale znający rynek, a także młodzi ludzie wprowadzający innowacyjne podejście do wielu zagadnień oraz dostarczający nieszablonowych, konstruktywnych pomysłów. Efektem naszej wspólnej pracy było zdobycie pierwszego miejsca w rankingu biur reklamy mediów 2006 magazynu „Media & Marketing” w kategorii „outdoor”. Najwyższe noty uzyskaliśmy w kategoriach: elastyczność, wysoki poziom obsługi przez handlowców, umie-

jętność doradzenia właściwych rozwiązań. Z każdym rokiem staramy się być lepsi, a uzyskanie najwyższej noty stanowi dla nas nie tylko motywację, ale także zobowiązanie, by nieustannie się rozwijać i doskonalić jakość naszych usług.

W pracy rzetelnie oddajemy się zawodowym zajęciom. W wolnym czasie realizujemy wspólnie swoje pasje. Coroczne wyjazdy na Mazury stały się już tradycją. Wyjazdy te integrują zespół i poszczególnych pracowników z firmą, pozwalają na zawiązanie przyjaźni. Są one środkiem pozwalającym na poprawę komunikacji oraz zbudowanie korzystnych relacji pomiędzy pracownikami naszego działu. Wszystko to wpływa na wypracowanie coraz to lepszych metod wzajemnej współpracy.



Razem popłyniemy nawet na koniec świata