



## Výber mediálnych agentúr a spolupráca s nimi

# Príprava

# Realizácia

# Využitie

# Rozhodnutia pred výberovým konaním

- Prečo robíme výberové konanie?
  - Máme zlé vzťahy s agentúrou a chceme ju vymeniť
  - Som nespokojný s agentúrou, treba robiť vždy výberové konanie?
  - Je to povinná jazda (interné pokyny)
  - Chceme cenové cvičenie?
  - Už príliš dlho spolupracujem s rovnakou agentúrou

# Rozhodnutia pred výberovým konaním

- Prečo robíme výberové konanie?
  - Máme zlé vzťahy s agentúrou a chceme ju vymeniť
  - Som nespokojný s agentúrou, treba robiť vždy výberové konanie?
  - Je to povinná jazda (interné pokyny)
  - Chceme cenové cvičenie?
  - Už príliš dlho spolupracujem s rovnakou agentúrou
  
- Na aké služby plánujeme výberové konanie?
  - Potrebujem samostatne mediálne plánovanie?
  - Potrebujem samostatne mediálny nákup?
  - Potrebujem aj iné služby a chcem to mať pod jednou strechou?

# Rozhodnutia pred výberovým konaním

- Ako ideme realizovať výberové konanie?
  - Výber agentúry samostatne
  - Výber agentúry samostatne s konzultačnou podporou
  - Výber agentúry prostredníctvom audítora/konzultanta

# Rozhodnutia pred výberovým konaním

- Ako ideme realizovať výberové konanie?
  - Výber agentúry samostatne
  - Výber agentúry samostatne s konzultačnou podporou
  - Výber agentúry prostredníctvom audítora/konzultanta
  
- Bez ohľadu na to či bude výberové konanie realizované vlastnými zdrojmi alebo prostredníctvom mediálneho audítora prípadne konzultanta potrebujeme mať jasno v tom kto bude mať zodpovednosť a právomoci pri rozhodovaní ohľadom výberového konania

# Začíname výberové konanie

- Koľko agentúr pozvať do výberového konania?
  - Otvorené/uzavreté výberové konanie
  - Nie je dobré pozvať veľa agentúr do VK nakoľko nie je možné venovať dostatok času pre všetky agentúry vo VK
  - Ideálny počet je 3-5 agentúr. Máme dostatočný priestor na spracovanie, vyhodnotenie, na feedback.

# Začíname výberové konanie

- Koľko agentúr pozvať do výberového konania?
  - Otvorené/uzavreté výberové konanie
  - Nie je dobré pozvať veľa agentúr do VK nakoľko nie je možné venovať dostatok času pre všetky agentúry vo VK
  - Ideálny počet je 3-5 agentúr. Máme dostatočný priestor na spracovanie, vyhodnotenie, na feedback.
  
- Načasovanie výberového konania
  - Ako dlho by malo trvať výberové konanie?
  - Robiť výberové konanie kedykoľvek počas roka?



# Čo nás zaujíma vo výberovom konaní?

- Vieme čo chceme hodnotiť pri výberovom konaní?
  - Zaujíma nás len mediálny nákup?
  - Je pre nás dôležitá aj stratégia?
  - Mediálne plánovanie je pre nás tiež dôležité?
  - Mediálna kreativita je dôležitá?

# Čo nás zaujíma vo výberovom konaní?

- Vieme čo chceme hodnotiť pri výberovom konaní?
  - Zaujíma nás len mediálny nákup?
  - Je pre nás dôležitá aj stratégia?
  - Mediálne plánovanie je pre nás tiež dôležité?
  - Mediálna kreativita je dôležitá?
  
- Vieme ako budeme hodnotiť vybrané parametre?
  - Vybrali sme si čo budeme hodnotiť?
  - Vieme aký parameter je pre nás dôležitý?
  - Ako vyhodnotíme jednotlivé parametre?

# Čo nás zaujíma vo výberovom konaní?

- Vieme čo chceme hodnotiť pri výberovom konaní?
  - Zaujíma nás len mediálny nákup?
  - Je pre nás dôležitá aj stratégia?
  - Mediálne plánovanie je pre nás tiež dôležité?
  - Mediálna kreativita je dôležitá?
  
- Vieme ako budeme hodnotiť vybrané parametre?
  - Vybrali sme si čo budeme hodnotiť?
  - Vieme aký parameter je pre nás dôležitý?
  - Ako vyhodnotíme jednotlivé parametre?

Všetky tieto veci nám musia byť jasné pred spustením výberového konania!!!  
Neprospieva veci ak sa hodnotiace kritéria menia počas výberového konania.

# Výberové konanie v plnom prúde

- Oslovenie
- Formálne procesy
- Spustenie testov mediálnych agentúr
- Priebežné vyhodnocovanie
- Záverečné spracovanie a odporúčenie
- Rozhodnutie o víťaznej agentúre
- Spätná väzba pre všetky agentúry
- Príprava na spoluprácu s víťaznou agentúrou

# Ako využiť výsledky výberového konania vo svoj prospech?

- Ako dostať sľúbené parametre do reality?
  - Podmienky z výberového konania nie sú „sľub ktorý nedokáže nikto splniť“ preto je vhodné ich zakomponovať do zmluvy ako garancia pre spoluprácu

# Ako využiť výsledky výberového konania vo svoj prospech?

- Ako dostať sľúbené parametre do reality?
  - Podmienky z výberového konanie nie sú „sľub ktorý nedokáže nikto splniť“ preto je vhodné ich zakomponovať do zmluvy ako garancia pre spoluprácu
- Ako motivovať agentúru pre dlhodobý výkon?
  - Dobre pripravená zmluva
  - Vhodne nastavené mediálne fee
    - Fix fee, incentive fee
  - Mať jasne definované aký servis je v rámci fee, a ktoré služby sa platia extra
  - Priebežne kontrolovať plnenie zo strany mediálnej agentúry (audit/vlastná kontrola)



MEDIA STRATEGY Bratislava, s.r.o.  
Kráľovské údolie 1  
811 02 Bratislava  
Slovakia

tel.: +421 910 810 347  
[www.mediastrategy.eu](http://www.mediastrategy.eu)

MARTIN MARKOVIČ  
client service director CEE  
[martin.markovic@mediastrategy.eu](mailto:martin.markovic@mediastrategy.eu)

**mediastrategy**  
accountability and efficiency in media communication

CZECH REPUBLIC | BOSNIA AND HERCEGOVINA | BULGARIA | CROATIA | HUNGARY | POLAND | ROMANIA | SERBIA | SLOVAKIA | SLOVENIA