

Česká Asociace content marketingu má tři sekce, poprvé se sejde 25. května

Text: red / Foto: Pixabay

Na konci března vznikla česká Asociace content marketingu. Má tři sekce: publishing, digital a inovace. „Do sekce inovace spadají aktivity, které jsou nové a umí/realizuje je marginální počet subjektů, ale jsou něčím zajímavé,“ uvedla zakladatelka Kateřina Borovanská. Asociace by měla být určena agenturám a subjektům v dané oblasti činným, zároveň pak i zadavatelům, kteří si vytvářejí obsah pomocí vlastních „content roomů“.

Obsahem ke skvělým výsledkům

Základním cílem asociace je kvalitní definice content marketingu na trhu, aby jako oborová disciplína měl své hrdé a právoplatné postavení. Dále bude usilovat o stanovení hodnoty práce, tendrování agentur a adekvátní zadávání takových projektů. Asociace se chce stát zdrojem relevantních dat o oboru v České republice, měla by pomáhat společnostem s tendrováním vhodných dodavatelů a navazovat vztahy s obrovými subjekty v zahraničí.

„Content marketing nemá být jenom nástrojem pro pěkný obsah, zároveň by měl pomoci značkám doručit výborné finanční výstupy z kampaní a skvělé dlouhodobé výsledky,“ podotkla zakladatelka asociace. „V současné době připravujeme programovou skladbu a vedeme komunikaci se všemi podstatnými subjekty a společnostmi na trhu, které by měly v této asociaci být,“ dodala Borovanská. První setkání členů asociace je plánováno na 25. května. Scházet se mají každého čtvrt roku.



▶ **Zákaznický magazín Allianz umí vtipně propojit popkulturu s firemními experty. V aktuálním čísle třeba sečteť všechny škodní události, které ve filmu Spectre způsobil James Bond.**

▶ **Na rozdíl od klasické reklamy je obsahový marketing formát, který nevyrušuje zákazníka, tvrdí Asociace content marketingu.**

Jak vypadají kvalitní časopisy? Němci ocenili Hochtief, Allianz nebo město Hamburk

Text: red

Jednou z největších evropských soutěží firemních médií je německá BCP Award, která pravidelně posuzuje stovky přihlášených časopisů a webů. Od letošního roku se kvůli rozvoji nových technologií přejmenovala na BCM – Best of Con-

ni společnosti, ale obsahové naštestí v devatenáctém století nezástul. Svůj obor Allianz představuje populárně pojatými články, například fotogalerií různých méně či více obskurních módů: z nabídky luxusních značek si redakce pro fotoeditorial vybrala kožené pásky, čímž parafrázuje známé heslo o utahování opasků (ačkoliv jejich ceny signalizují spíše opak). Činnost pojišťovny je v časopise všudypřítomná, ale není násilná a „tvrdé“ korporátní promo je na několika zadních stranách. Firma si odnesla i ocenění za nejlepší pojištění off-line a on-line zpracování.



ANZEIGEN
Außer Rand und Bond
In der letzten Ausgabe der Zeitschrift „Der Spiegel“ ist ein Artikel erschienen, der sich mit dem Thema „Die Kunst des Scheiterns“ beschäftigt. Der Artikel ist eine Mischung aus Reportage und Essay und ist sehr lesenswert. Er ist in der Ausgabe vom 1. März 2014 zu finden. Der Artikel ist eine Mischung aus Reportage und Essay und ist sehr lesenswert. Er ist in der Ausgabe vom 1. März 2014 zu finden.

620.000.000 Euro

tent Marketing. Nevýhodou prudkého rozvoje technologických platforem je ovšem nárůst hodnocených kategorií a tím i počtu potenciálních vítězů. K základním oceněním přibývaly třeba speciální ceny za nejlepší obálku, nejekologičtější zpracování nebo inovativní polygrafické řešení. Při podobném rozvětvení pak trochu hrozí, že si nějakou „cenu útechy“ odnese každý, kdo projde kolem. Přesto se některé práce výrazně vynykají.

Ahoj, tady Hamburk

Ve veřejné sféře porota loni ocenila zlatem turistický magazín města Hamburk s námořnickým názvem Ahoi. Koncept propojuje web, sociální síť a tištěný časopis. On-line podoba myslí kromě standardní anglické verze i na blízké sousedy v Dánsku. Největší německý přístav se výrazně projevuje v obsahu, kde je život na moři a lodích častým námětem. Nechybí ani průmysl, design, nebo pozvánky na kulturní akce.

V kategorii klientských časopisů z oblasti finančních služeb zabodovala pojišťovna Allianz s magazínem 1890. Název odkazuje na rok založe-

Velké věci na velkých fotkách

Společným znakem oceněných médií je, že nešetří na profesionálně nafočených snímcích, a to nejen na portrétech, ale ani na fotografických přiblížujících běžný firemní provoz. Vidět je to například v B2B magazínu stavební společnosti Hochtief. Časopis s názvem Concepts nabízí třeba reportáž ze stavby v extrémních podmínkách, které vedou fotografe z výstavby vodní elektrárny na Islandu, během níž stavěři zápasili s krutými mrazy, které obalily techniku rampouchy. Zasněžené nákladáky se dostaly i na titulní stranu. Jiné číslo představuje krásu moderních divadel a muzeí.

Cenu za nejlepší B2B web dostaly stránky RoadStars, které nápaditě představují kamiony Mercedes-Benz. Obsahují nejen výpravné články, v nichž korby střídají cisterny a taháče sklápěčky, ale lákají také na různé akce a udržují kolem sebe celou komunitu diskutujících o přednostech nákladních aut. Nechybí ani katalog vozidel a služeb. Web Roadstars.mercedes-benz.com je lokalizován do třinácti jazyků.