# Starcom отбеляза 7 години на българския пазар

Водещата медийна агенция Starcom, част от Publicis Groupe България, отбеляза своя седми рожден ден. Вдъхновена от успешните си завършени проекти и предстоящите такива, агенцията събра екипа, клиентите си и медийните си партньори, за да отбележат заедно най-хубавия повод.

Главна тема на дискусия по време на събитието беше работата на Starcom в посока опознаване на поколенията потребители с най-силен отпечатък върху бизнеса – Gen Z (16-27 г.) и Gen Y/милениали (28-42 г.). По този начин агенцията припомни, че колкото по-добре компаниите познават двете си най-отдадени и активни целеви аудитории, толкова по-добри резултати и впечатляващи успехи ще генерират през следващата година. Основният фокус на Starcom винаги е бил насочен към бизнес развитието на клиентите им и израстването на екипа им, както и отражението на човешките преживявания и потребности върху бизнес резултатите.

*„Изключително щастливи сме, че можем да отпразнуваме своята седма годишнина рамо до рамо с нашите клиенти и партньори. Благодарни сме за доверието, лоялността и подкрепата през всичките тези години. Без тяхната смелост, професионализъм и доверие, нямаше да достигнем толкова бързо и ефикасно звездите, към които се стремяхме. Наша основна цел е да гледаме в една обща посока с клиентите ни и в това се крие красотата и силата на нашите професионални отношения. Формулата ни за успех се корени в споделени ценности, истинско неподправено доверие и припознаването ни като доверен стратегически медиен партньор. Ние черпим вдъхновение и обменяме опит, и познания с клиентите си. С радост виждаме, че чувствата са взаимни.“* – коментира **Велислава Анастасова, управляващ директор на Starcom, част от Publicis Groupe България.**

По време на събитието беше обявено, че GWI, лидерът в изследването на аудитории в световната маркетингова индустрия, е официално в България от 23 май в [сътрудничество с Publicis Groupe](https://pressroom.msl.bg/gwi-v-partnorstvo-s-publicis-groupe-se-predostava-informacia-za-blgarskata-auditoria) и ще включва данни за българската аудитория. Благодарение на това ключово партньорство, Групата ще получава по-задълбочена и детайлна картина на текущите пазарни промени, която ще се актуализира на тримесечна база. Тя ще покрива широк спектър от теми - от медийно потребление до начин на живот, онлайн поведение, бранд проучване и поведение при покупка. Сегментите на данните за България варират от демографски данни за населението, нагласи и интереси до спорт, начин на живот, поведение при покупка, работа и професия, социални медии и онлайн активност, игри, технологии и устройства, и медийно потребление.

Наборът от задавани въпроси е същият като в останалата част на света, като се различава единствено в изброяването на конкретни местни марки и услуги във всеки сегмент.

**За Starcom**

Starcom е международна медийна агенция, част от семейството на комуникационната група Publicis Groupe. Присъства на повече от 100 пазара и има над 7 000 служители по света. В основата на позиционирането на агенцията са човешките преживявания и потребности, както и отражението им върху бизнес резултатите. Клиенти в портфолиото на Starcom в България са световноизвестните компании Samsung, Visa, Sandoz, Brown Forman, Mondelez International, Kärcher и други.

**За Publicis Groupe – The Power of One**

**Publicis Groupe** е лидер в комуникациите в глобален план и в България и предлага цялостен модел на работа  – от стратегическо консултиране до ефективно изпълнение, съчетавайки маркетинг и дигиталната бизнес трансформация. Publicis Groupe партнира на клиентите в тяхното бизнес развитие, като осигурява централизиран достъп до експертизата на екипите и акцентира върху персонализираните и индивидуални маркетингови решения.

**Publicis Groupe България** **обединява девет специализирани звена** - Saatchi&Saatchi, Leo Burnett, Red Lion, Digitas, MSL, Publicis Dialog, Brandworks, Zenith и Starcom, които работят в областта на рекламата, връзките с обществеността, промоционален и събитиен маркетинг, маркетинг към купувача и комуникация на местата на продажба, стратегическо планиране и бизнес дизайн, дигитални маркетингови и бизнес решения, производство на аудиовизуални продукти, медийни стратегии и медийно планиране и купуване.

Компанията също е **експертен център за „Разузнаване на социалните мрежи“**, чийто отдел работи с чужди пазари от мрежата на Publicis Groupe. Екипът има познания на повече от 25 езика и анализира тенденциите и нагласите в потребителското съзнание и поведение, преди те да са станали актуални, като по този начин маркетинг експертите имат възможността да интегрират тази информация в дългосрочните си стратегии и процеси на марките и компаниите.

През 2022 г. Publicis Groupe България разраства **технологичната си експертиза с екипи от ИТ разработчици**, които работят за създаването на дигитални маркетинг платформи за глобални клиенти на Publicis.

[*www.publicisgroupe.com*](http://www.publicisgroupe.com) *| Twitter: @PublicisGroupe | Facebook | LinkedIn |* [*YouTube*](http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe) *| Viva la Difference!*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| За повече информация: | | | |
| Ива Григорова | Директор PR бизнес, MSL | + 359 887 917 267 | iva.grigorova@mslgroup.com |