



## Wellen má zlato ze Shop! Awards Paris. Zlato si za automatizovanou prodejnu Vodafone na pražském letišti odvezla Wellen. Hned dvě ceny přebírala i Dago, když zlato jí patří v kartonových realizacích v kategorii nápoje.

3 MIN. — DNES — SOUTĚŽE — AUTOR: PETR ŽALOUDEK

— MOHLA BY VÁS ZAJÍMAT —

### MAM hlásí z Cannes: McCann Prague má další nominaci na Iva

Agentura s projektem pro ČAP získala už čtvrtý shortlist na Cannes Lions. Úterý rozhodne o třech českých šancích, ve finále jsou McCann a DDB Prague s DDB FTW.



Dvě české agentury zabodovaly na Shop! Awards Paris. Zlato si za automatizovanou prodejnu Vodafone na pražském letišti odvezla Wellen. Hned dvě ceny přebírala i Dago, když zlato jí patří v kartonových realizacích v kategorii nápoje.

Soutěž, která ještě loni nesla jméno POPAI Awards Paris, byla vyhlášena ve čtvrtek na galavečeři v Paříži. Retailová komunikační agentura Wellen měsíc po zisku zlata na Shop! Global Awards za prodejnu The Streets v Bratislavě uspěla i tentokrát, a to v kategorii Digitalizace místa prodeje – připojené prodejny. Zlatou cenou ocenila porota automatizovanou prodejnu pro klienta Vodafone na Letišti Václava Havla, která byla otevřena v únoru 2022 u příletů na Terminálu 2. S ní uspěla už loni na IMC Czech Awards 2022, kde si připsala stříbro a bronz.

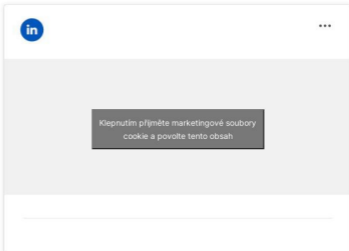
„Do Paříže se běžně jezdí na památky, proběhnout si pár galerií a pak si sednout do kavárny a se sklenkou vína pozorovat dění kolem. My jsme si tentokrát do Paříže přijeli vyzvednout ZLATO za prodejnu Vodafone na letišti Václava Havla v rámci SHOP! Awards 2023,“ uvedl na LinkedIn Petr Šimek, výkonný ředitel Wellen CZ.

„Primární a nejčastější potřebou po přeletu je pořízení předplacené karty. Pronajatý prostor se tedy namísto kiosku více otevřel a byl zde umístěn prodejní automat právě na karty. Doplnuje ho digitální interaktivní displej, který ve více jazycích pomůže návštěvníka nejen provést kroky nákupu, ale také dokáže pomoci několika otázkami s výběrem správného typu karty. Nástroj vznikl jako unikátní včetně animace a konfigurátoru doporučení vhodné varianty karty. Díky jasné viditelnosti vše funguje návodně a přitahuje potenciální zákazníky. Servis pro klíčový produkt byl ze sta procent zachován 24/7, naopak náklady na lidskou obsluhu byly sníženy o 90 procent,“ stojí v popisu projektu.

**Jaké pojmy týkající se AI si musí osvojit každý marketér? To se dozvíte v hlavním tématu čísla 25/2023.**

PŘEČÍST

Druhou českou agenturou oceněnou v Paříži byla fullservisová POP komunikační agentura Dago – v obou případech to bylo v realizacích vyrobených z kartonu. Zlato získalo vánoční vystavení Pilsner Urquell v kategorii nápoje, stříbrná trofej přišla za shop-in-shopy Sensodyne Nourish, a to v kategorii Zdraví a léčiva.



Jak uvedla agentura, aktivace Pilsner Urquell byla výjimečná zejména využitím holofanu, který vystavení dominoval, a precizním technologickým provedením Jubilejní brány, jednoho ze symbolů pivovaru. Vystavení Sensodyne Nourish přitahovalo pozornost díky svému neotřelému tvaru zubu a zubní pasty. „Máme velkou radost, že v tak prestižní soutěži, kde jsou oceňovány ty nejlepší projekty z celé Evropy, se nám podařilo navázat na úspěchy z loňských ročníků. Je to pro nás cenná zpětná vazba, že naše realizace jsou skutečně na špičkové úrovni jak z pohledu designu, tak provedení. Také nás nesmírně těší důvěra klientů“, říká Marek Končítik, obchodní a marketingový ředitel společnosti.