

PHI  ENIX[®]
MEDIA



WE KNOW
THE FUTURE



HISTORY

“ Suntem activi de 23 de ani pe piața publicității outdoor, cu un portofoliu amplu de panouri digitale. Am intrat pe piața OOH cu ambiția și dorința de a revoluționa industria prin viziune și gândire pe termen lung. Din 2003 și până în prezent am adus adus pe piață mai multe premiere, fiind în prezent singura companie din zona OOH care oferă servicii în ceea ce privește targetarea personalizată.

Suntem o companie de publicitate matură, cu capital 100% românesc. Suntem deschizători de drumuri în outdoor-ul românesc și, în 2005 am lansat în România produsul revoluționar atunci - **ecranul digital**, ca instrument dinamic de promovare și advertising.

Am fost încurajați de răspunsul pozitiv al populației la noul mijloc de comunicare. Utilizatorii primeau informație dinamică și actualizată într-o manieră nouă pentru ei. Interacțiunea cu publicul țintă a devenit specifică, targetată și astfel rețeaua companiei a crescut de la an la an, numărând acum peste 170 de ecrane digitale.

Dio Boacă

Director General Phoenix Media



Phoenix Media este lider în piața de DOOH (digital out of home) și singura companie de outdoor din România care furnizează clienților săi date de audiență în timp real (GRP, TRP, Reach, Affinity).

Încă de la înființare în 2003, Phoenix Media și-a propus să se diferențieze prin inovație și prin îmbunătățirea permanentă a serviciilor, ajungând ca după 20 de ani să își câștige renumele de pionier în tehnologia digitală din outdoor-ul românesc.

Phoenix Media gestionează peste 170 de ecrane digitale de diferite tipuri și dimensiuni, în peste 20 orașe din România, asigurând astfel acoperire națională.

REȚEAUA PHOENIX MEDIA
ARE ASTĂZI ÎN BUCUREȘTI
100 ECRANE, ȘI ȘI-A STABILIT O
STRATEGIE DE DEZVOLTARE LA
NIVEL NAȚIONAL PÂNĂ ÎN 2028
+ 250 ECRANE.

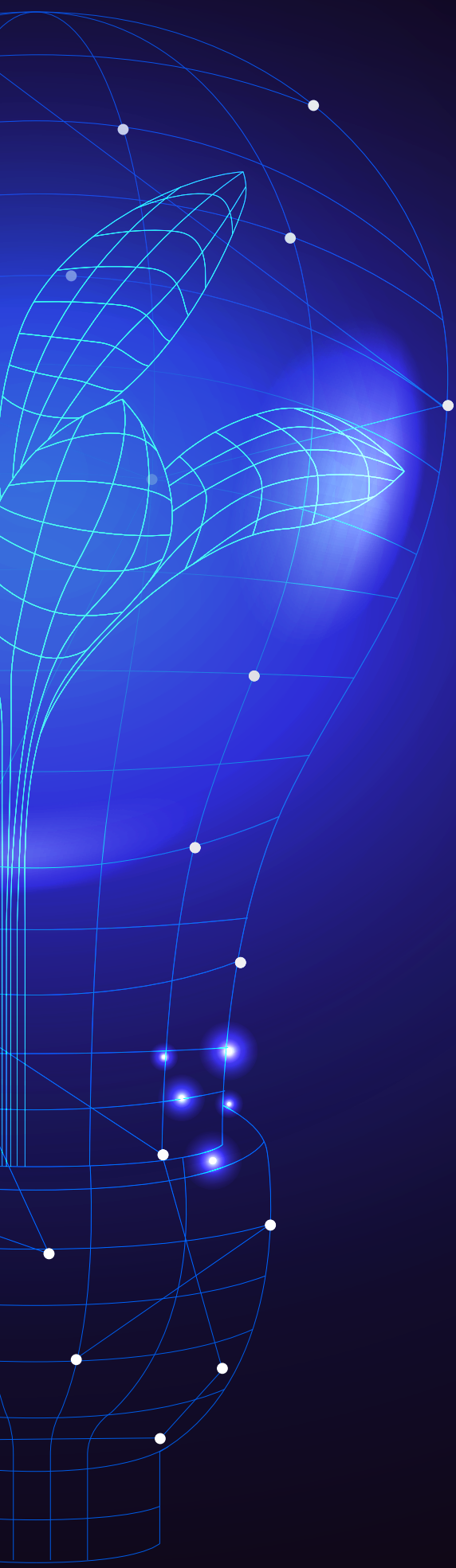
Like never before Contextual

Leader Efficiency Reports

INNOVATION

Innovation





Cloud Planning SMS Alert

Instant upload GPRS Security



INNOVATION

Echipa Phoenix Media este ușor atipică pentru piața în care activează. Până la un punct, structura este firească pentru o companie din domeniul OOH. Ce am dezvoltat încă de la început și continuăm să extindem este **Departamentul nostru de Inovație**, unde dezvoltăm soluții inteligente aplicate pentru industrie, cu scopul de a face totul mai simplu, mai eficient, mai predictibil și ușor de măsurat și planificat.

Phoenix Media a introdus în România **primul sistem de promovare outdoor pe intervale orare**, precum și transmiterea în timp real a mesajelor de pe telefonul mobil pe ecranele digitale.

Suntem cunoscuți la nivel național și internațional pentru dezvoltarea de instrumente inteligente pentru managementul campaniilor de publicitate digitală out-of-home – DOOH.



MILESTONES

În

2005

lansează primul
ecran digital

În

2007

implementează
prima rețea de
ecrane digitale

Începând cu

2013

devine prima
companie care
poate vinde
publicitate pe
interval orare
pe un ecran
digital stradal

Decide ca din

2015

să mărească
investițiile în
tehnologie și
astfel ajunge să
poată măsura
impresiile unice
și frecvența în
timp real și să
lanseze
platforma de
programatic
planning STOC,
special
concepută
pentru
outdoor-ul
digital.

**Inovează în
relația cu
clienții săi și
lansează oferte
ce se pot
achiziționa prin
licitație în timp
real (RTB).**



STOC a fost primul instrument integrat de planificare și administrare a campaniilor de publicitate integrată și l-am lansat în 2016. Acesta include un modul de administrare a campaniilor, STOC (Standard Tool for Organising Campaigns), precum și un modul de management al campaniilor clienților (CSM - client service management). La vremea lansării, STOC includea și un update pentru instrumentul propriu de planificare și programmatic buying în OOH, SETI.

STOC a fost conceput ca un sistem de operare de bază, peste care poți să vii cu alte softuri, cu module, aplicații.

Prin aplicațiile pe care le deținem, noi, Phoenix Media, putem pune în aplicare campanii foarte bine targetate, cu limitările specifice publicității outdoor, dar mult peste ce poate să facă, în ansamblu, piața. Panourile din rețea sunt dotate cu camere, iar datele colectate sunt coroborate cu cele dintr-un studiu cantitativ făcut de compania **D&D Research**, actualizat periodic și care, în acest moment, a ajuns la **200.000 de chestionare**.

Camerele măsoară în timp real toate mașinile, pietonii și autobuzele care trec prin fața panourilor din rețea, elemente care devin potențiali clienți pentru ce ad-uri rulează pe aceste ecrane.



Datele colectate sunt punctul de plecare pentru advertiseri în planificarea campaniilor, oferind criterii precum vârstă, sex, educație, venituri etc. Astfel, advertiserii pot seta, ca în digital advertising, campanii luând în calcul:

vânzarea pe intervale orare

audiența și profilurile ei în real time

programarea detaliată a campaniilor și adresarea lor în funcție de target/audiență, gen - M/F, ocupație, vârstă.

schimbarea conținutului în funcție de audiență (dacă e statică sau dinamică), condiții meteo, evenimente în proximitate, campanii pe care retailer-ii le desfășoară în apropierea zonei de expunere la mesaje de marketing.

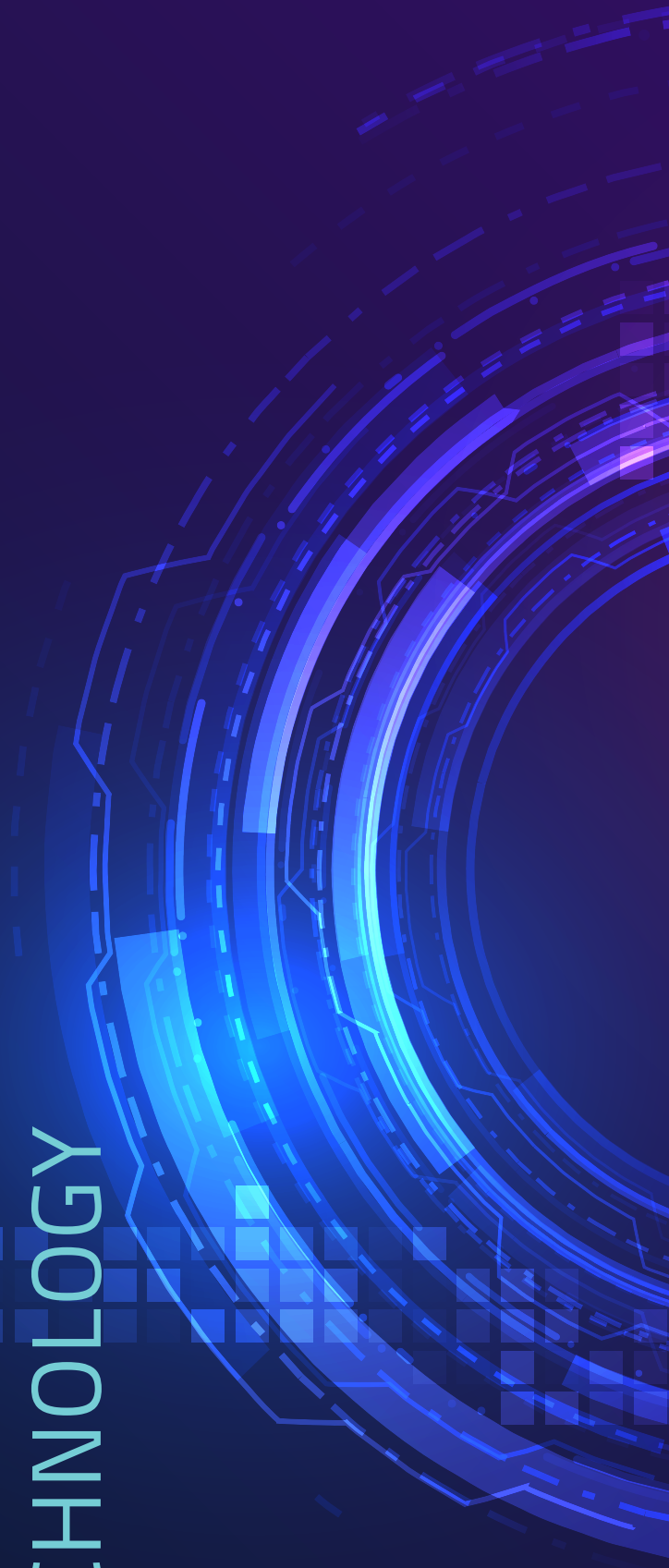
Future

Research based data

Innovation

Like never before

TECHNOLOGY





Leader

Demographic target & data

Real time counting

DOOH



TECHNOLOGY

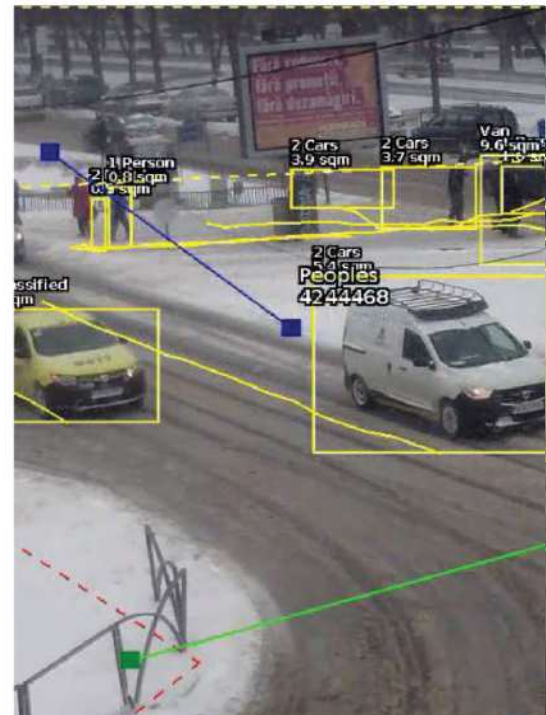
STOC PROGRAMMATIC

= **Standard Tool for Organizing Campaigns**

Aducem inovația în organizarea campaniilor de digital outdoor oferind, într-o singură interfață, acces la toate informațiile necesare realizării unei campanii bine targetate, eficiente din punct de vedere buget și cu rezultate măsurabile.

WI FI DETECTING

Cu ajutorul noii tehnologii de WiFi Detecting putem analiza traficul din jurul oricărui ecran digital, oferind date reale privind numărul de persoane unice și frecvența cu care acestea circula în zona în care sunt amplasate locațiile noastre.





CONTEXTUAL DOOH

Este o funcționalitate a **STOC Programmatic** prin care, exact ca și în mediul digital, clienții pot opta ca sistemul să difuzeze automat spoturile special concepute pentru ploaie, vânt sau ninsoare, atunci când vremea oferă acest context.

STOC MANAGEMENT

Este o platforma inovatoare care simplifică interacțiunea și munca clienților noștri. Platforma le permite acestora să-și gestioneze din punct de vedere administrativ campaniile și relația cu furnizorul Phoenix Media având, la un simplu click, tot istoricul informațional (campanii, facturi, contracte, anexe, rapoarte).

RESEARCH BASED DATA

Datorită investițiilor făcute în tehnologie și studii de piață, putem furniza clienților noștri date de audiență exact în parametrii de măsurare folosiți în TV (Reach, GRP, TRP, Affinitate, CPT, Apariții, Frecvență). Datele pe care le folosim au la bază studii cantitative și calitative, implementate împreună cu partenerii noștri de la D&D Research. În acest moment - 2026 - avem o bază la care să ne referim de **200.000** de chestionare.

POINT OF INTEREST (POI)

STOC Programmatic folosește tool-urile **Google Point of Interest** pentru a furniza puncte țintă de interes, pentru fiecare locație Phoenix Media. Orice client poate să solicite orice punct de interes dorește din jurul ecranelor digitale pentru a putea maximiza efectul campaniei.

STOC CMS

Soluții video pentru orice tip de ecran. Creat de o companie românească expertă în vânzare de publicitate outdoor și digital outdoor, **STOC CSM** este un soft unic dedicat managementului de conținut video. Este de asemenea un instrument specializat în vânzarea de publicitate pe suporturi digitale indiferent de locația acestora (outdoor, indoor sau Windows video).

REAL TIME BIDDING (RTB)

Este prima licitație în timp real din România destinată agențiilor de publicitate pentru achiziționarea de spațiu publicitar pe ecranele digitale Phoenix Media.



HMTL5 în DOOH

de la awareness la impuls

AM DEZVOLTAT HTML5 NU PENTRU CĂ METODA VECHĂ NU ERA BUNĂ, CI PENTRU CĂ ORICE POATE FI ÎMBUNĂTĂȚIT. ÎNAINTE DE HTML5, LUCRURILE SE FĂCEAU BINE, DAR DURA MAI MULT, IMPLICA MULTĂ RESURSĂ UMANĂ, COMUNICARE, SCHIMB DE DOCUMENTE ȘI INFORMAȚIE. TRASEUL UNUI PRODUSE MEDIA ERA:

CLIENT-ACCOUNT-SOFT-ECRAN-RAPORTARE.

Am dezvoltat HTML5 pentru a duce DOOH de la awareness la impuls. Orice client care are date poate să folosească acum digitalul outdoor exact așa cum folosește online-ul.

Va replica experiența consumatorului din online și TV în offline-ul digital, dar fără AD block-ere.

VITEZA

Cât de repede programezi pe panouri conținutul - video, bannere responsive, un landing page dinamic pe web cu un countdown timer, în timp real etc.

AUTOMATIZAREA

Urcarea conținutului, programarea, raportarea se face de la server la server, arzând astfel etape care țin de account-uri, oameni de vânzări, mailuri, rapoarte.

CUSTOMIZAREA

Poate cel mai important variabil, ce permite afișarea unei reclame (indiferent de tipul de conținut), pe anumite panouri, într-un anumit moment al zilei.

AM IDENTIFICAT
CE LIPSEA: VITEZA,
AUTOMATIZAREA
ȘI CUSTOMIZAREA.
ACESTE SÂNT
DECISIVE ÎN
ADVERTISING.



În fluxul nou, scutim mult din efortul uman și clientul decide cum va arăta campania: conținut media, perioadă, ecrane, intervale. Tipul de **content** este generos. Poate fi video sau foto, până la orice pagină LP dinamică/banner online responsive sau video de pe YouTube cu lungime optimizată pentru online de 6-8 secunde, un countdown timer, în timp real.

Ecranele Phoenix Media interoghează adserverul clientului sau companiei de publicitate ce trebuie să ruleze în acel moment.

Ceea ce va afișa decide AdServerul clientului, pentru că el a programat să ruleze, pe acel spațiu închiriat, un anumit produs. **Serverul** primește taskul și afișează și trimite rapoarte de afișare: dacă a rulat, câte secunde a rulat. Serverul trimite automat proof-ul că spotul a rulat.

În dezvoltarea automatizărilor și customizărilor din HTML 5, am plecat de la premisa potrivit căreia creierul nostru prioritizează ceea ce este familiar. Schema procesului de decizie este simplă și procesul de întâmplă într-un timp extrem de scurt:

Am luat în calcul acești pași atunci când targetul vede o reclamă și ne-am dat seama că variabilele ce țin de locație, mesaje, timing și produsul/serviciul oferit sunt importante pentru succesul campaniei.

Știind faptul că marketingul este reacție și impuls, am dezvoltat posibilitatea de afișare content HTML5.

HTML5 permite ca advertiserii să administreze reclamele pe panourile video într-un mod similar cu campaniile online, iar userii vor fi expuși, în mediul în care se află, la conținut familiar despre produse și servicii din proximitatea lor.

FAMILIARITATE



REAȚIE

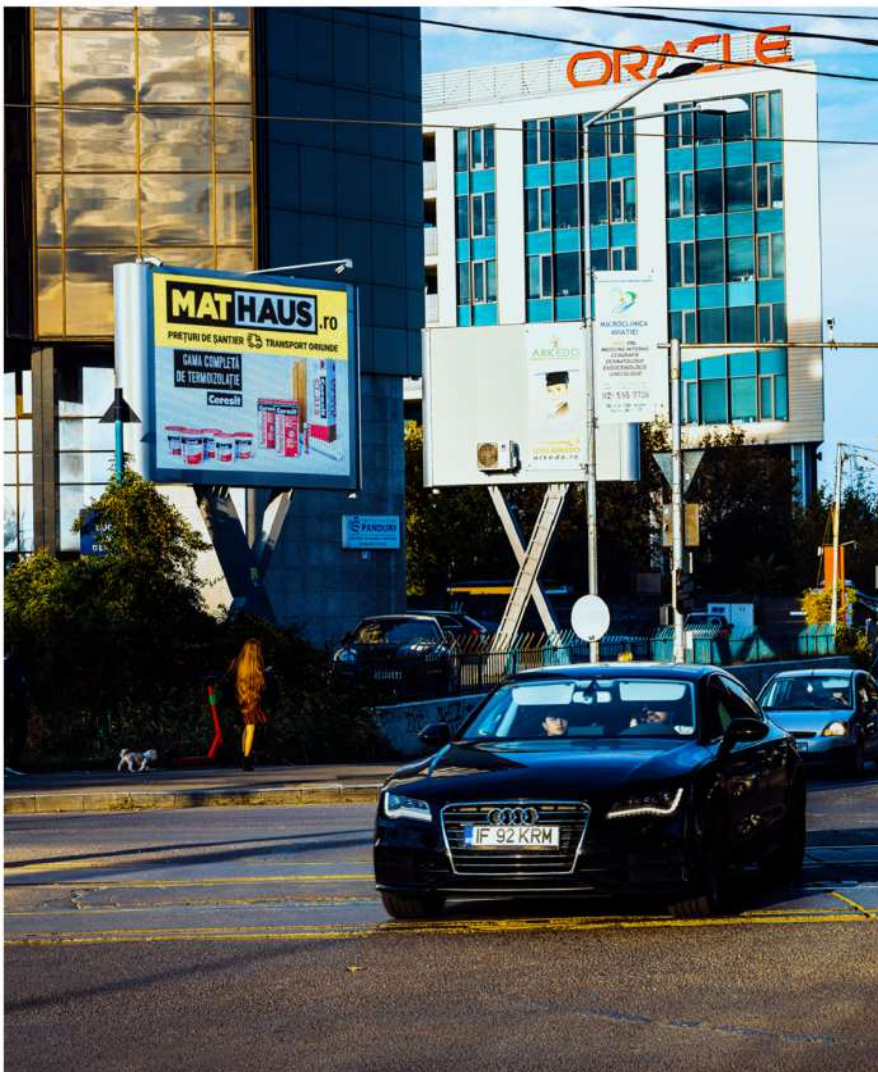


IMPULS



ACȚIUNE







eBacklit!

Sustainability and evolution.

Programarea unui spot pe ecranele digitale înseamnă câteva secunde: alegerea locațiilor, a intervalelor orare, a audienței. Ecranele oferă flexibilitatea și libertatea în a testa impactul conceptelor video, a spoturilor și a mesajelor. Este un dinamism specific social media care a devenit standard dincolo de limitele online-ului. Advertiser-ii pot să schimbe și să adapteze mesajele în real-time, pe baza unor factori precum oră, temperatură, condiții meteo, locații, trafic, vecinătăți etc.

Digitalizarea este baza **targetării smart**, iar dacă ar fi să comparăm backlit-ul clasic cu eBacklit, vom vorbi în mare parte de cifre. Pentru că acestea nu mint. Dimensiunea e aceeași, de 8 mp, doar că restul e o mare diferență.

eBacklit este ecofriendly, permite formate diverse (jpg/tiff/gif/avi/mpg4/wmv, format 4:3/800x600 px), durata de postare între 1 și 3 minute, iar schimbarea poster-ului de aproximativ 50 de secunde, oferă libertatea de a schimba layout-ul, ora, intervalul din zi, date cantitative și este cu siguranță iluminat.

EBACKLIT ESTE CEL MAI SIMPLU ȘI MAI MODERN MIJLOC DE PUBLICITATE ACTUAL, CU UN ÎNALT NIVEL DE AUTONOMIE.

2 săptămâni versus 50 de secunde

Dacă vrem să comparăm Backlit-ul clasic cu eBacklit, vom vorbi în mare parte de cifre. Pentru că acestea nu mint. Dimensiunea e aceeași, de 8 mp, doar că restul e o mare diferență.

Eco friendly, materialul și schița de producție

Durata de postare și schimbarea poster-ului

Durata minimă de campanie

Libertatea de a schimba layout-ul, ora, intervalul din zi, date cantitative

Iluminare

BACKLIT

Nu / Poliplan / schiță variabilă

2-5 zile, schimbare minim 2 săptămâni

14 zile

Nu

Poate

eBACKLIT

Da / jpg/tiff/gif/avi/mpg4/wmv, format 4:3/800x600px

1 – 3 minute, schimbarea în 50 de secunde

1 oră

Da

Cu siguranță



Autonomy and intelligence levels

AM ANALIZAT UN ALT VARIABIL ESENȚIAL PENTRU ADVERTISERI: **NIVELUL DE AUTONOMIE** ȘI
AM REALIZAT UN CLASAMENT:

Level 1

Ecran digital, conectat la internet, pe care poți schimba conținutul printr-un soft dedicat.

Level 2

Ecranul comunică cu serverul de bază anumiți KPI ai campaniei.

- numărul de afișări
- timpul și orele acestor afișări, ele putând fi all day long sau pe anumite ore sau intervale
- audiența în **real time** – știi cu o acuratețe de peste 90% câți oameni și câte mașini trec pe lângă ecranul tău în fiecare secundă

Level 3

Ecranul începe să fie independent pe anumite decizii de bază:

- se conectează la orice alt server direct, fără serverul de bază și își extrage materialul de afișat
- poate să facă asta în orice tip de format și mai ales să interacționeze direct cu alte medii - în primă fază digital prin preluarea de conținut **HTML 5 și VAST**
- poate schimba conținutul automat în funcție de anumiți KPI legați de temperatură, climă sau de alte informații care îi sunt date, aglomerații, downloads, incidente.

Level 4

Oferă posibilitatea de a adapta tipul conținutului în funcție de mediul înconjurător.

eBacklit va intra în primă fază în Level 4 cu adaptabilitatea de a trece din formatul .jpg / .gif în fața unei audiențe dinamice, în mișcare, la un spot video, atunci când audiența din fața lui se transformă în una captivă, blocată, și poate să facă asta autonom, fără ca cineva să intervină.

VORBIM
DESPRE
ÎNCEPUTUL
VIITORULUI
DE MÂINE.

Smart Planning

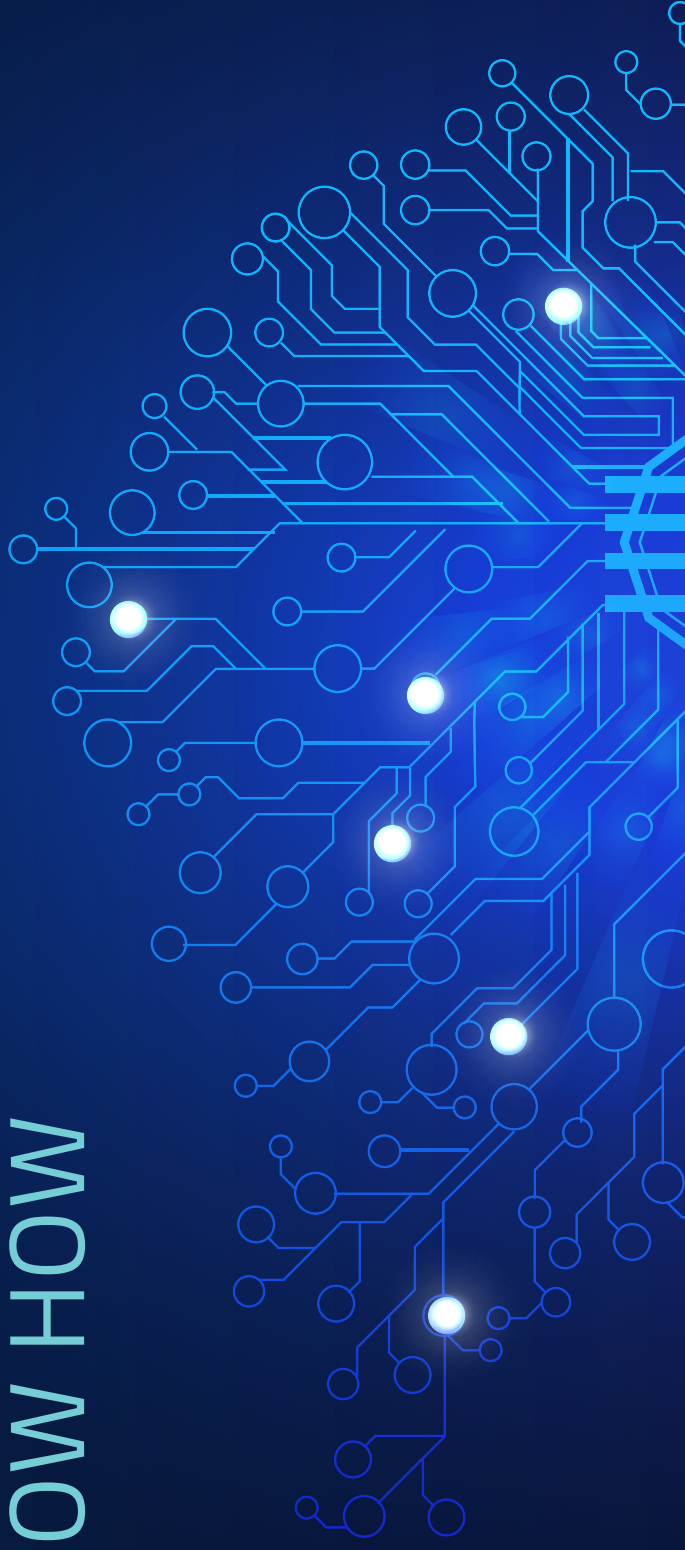
Autonomy

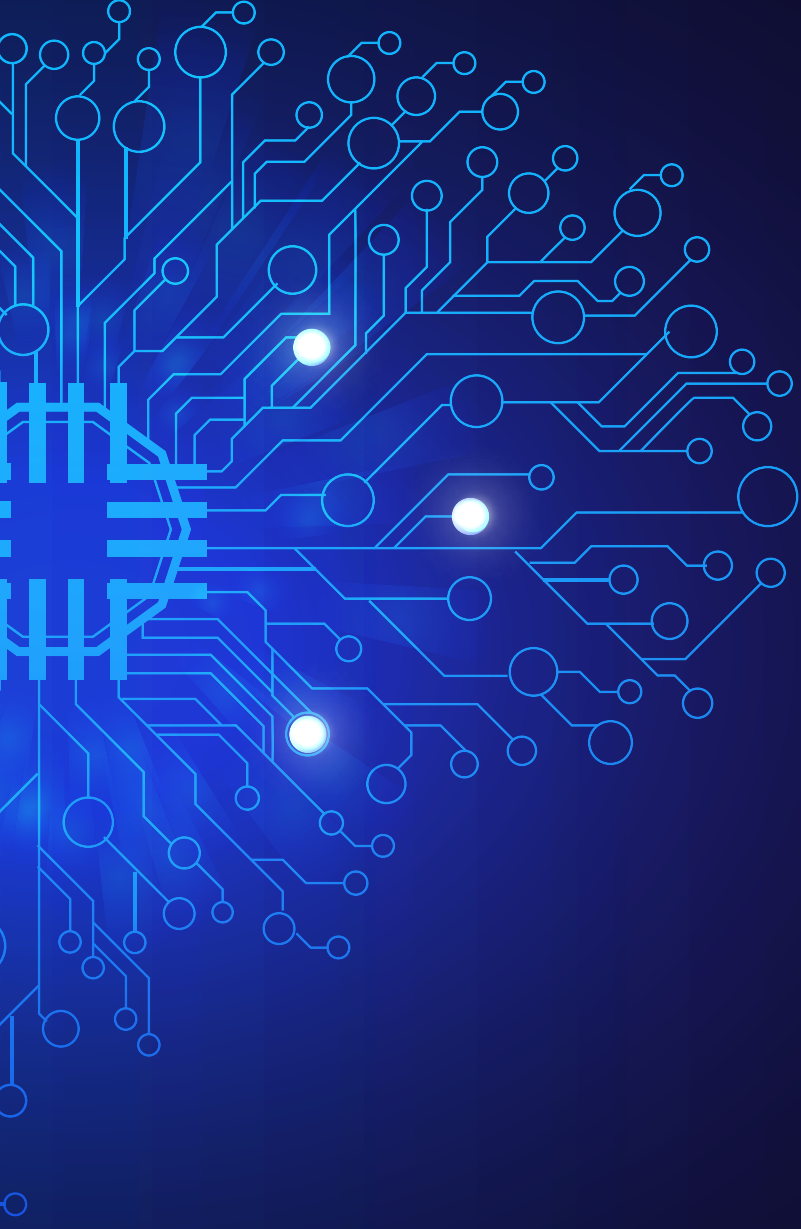
Creativity

Security

Authority

KNOW HOW





Social Integration

Resilience

Fast

Cross-Channels

Vast



AUTHORITY /KNOW HOW

Unul din obiectivele noastre a fost educația. Chiar dacă OOH este o piață cunoscută, în prezența evoluției nu poate să rămână rigidă. Și aici am intervenit noi. Pentru că totul se schimbă, de la cum afișăm informația și până la cum procesează informația cei care cumpără.

Se vorbește tot mai mult despre a fi aware, neuroștiință și ce face creierul nostru în raport cu ce captează din exterior.

Într-o perioadă în care creierele userilor sunt încurajate să șteargă informația, pentru că este prea multă, este esențial să stabilești ce informație livrezi, cum arată, când o faci, cu ce mesaje și pe ce suporturi.



01

DON'T KILL CREATIVITY!

Creativitatea decide impactul și pătrunderea unui mesaj. DOOH permite contextualizarea și relevanța mesajelor, timing-ul, localizarea. Atunci când userul este targetat de mesajele creative într-un context relevant și specific, este dispus să reacționeze mai repede și mai mult.

02

SOCIAL INTEGRATION ȘI CROSS-CHANNELS

Digital OOH susține advertiserii să transfere formatele, conceptele și stilul dinamic de comunicare specific online-ului și social media în offline, pe suporturile oferite de panourile digitale. Astfel, user journey continuă și în lipsa device-urilor digitale personale.

03

PLANNING SMART AND SMART PLANNING

La nivel global, în planificarea și livrarea produselor media, nevoia de a fi exacti în ceea ce privește audiența, flexibili atunci când e vorba de schimbarea mesajelor și prezenți în ecosistemul user-ilor nu mai este un moft, este un must.

Programarea unui spot pe ecranele digitale înseamnă câteva secunde: alegerea locațiilor, intervalelor orare, audienței. Ecranele oferă flexibilitate și libertate în a testa impactul conceptelor video, a spoturilor și a mesajelor. Este un dinamism specific social media care a devenit standard dincolo de limitele online-ului. Advertiser-ii pot să schimbe și să adapteze mesajele în real-time, pe baza unor factori precum oră, temperatură, condiții meteo, locații, trafic, vecinătăți etc.

04

CRYSTAL CLEAR

Phoenix Media certifică independent livrarea tuturor campaniilor publicitare derulate pe suporturile OOH digitale pe care le operează. Compania oferă astfel partenerilor săi o certificare independentă, realizată standardizat la nivelul întregii industrii, o garanție a respectării condițiilor de livrare a campaniilor derulate pe suporturile digitale.

Începând cu luna iulie 2021, BRAT certifică livrarea campaniilor publicitare derulate prin intermediul OOH-ului Digital, pe baza verificărilor realizate în acest sens.

Pe lângă atestarea de la BRAT, Phoenix Media mai deține un raport tehnic de audit pentru certificarea metodologiei de măsurare cantitativă și calitativă.



05

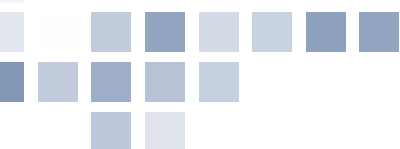
Security isn't expensive. It's priceless

“ Când vine vorba despre securitate, nu putem vorbi despre nuanțe. Securitatea este un sistem binar, de 0 și 1. Lucrurile nu pot fi “un pic sigure”. Sunt sigure sau nu sunt deloc. În plină era digitală, a nu pune accent pe **tehnologie în securitate** și **securitate în tehnologie** este ca și cum ai nega vremurile în care trăiești și comunică.

Ceea ce pentru noi, Phoenix Media este singura realitate, sperăm să fie pentru voi un diferențiator ce transmite încredere.

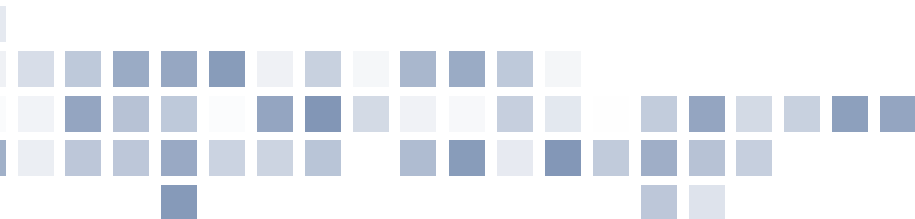
Bogdan Ursan

Chief Information Officer Phoenix Media



În DOOH totul este despre viteză, expunere, frecvență, IMPACT. Și este vital pentru advertiseri să comunice continuu cu targetul. Când vine vorba despre securitate, nu putem vorbi despre nuanțe. Securitatea este un sistem binar, de 0 și 1. Lucrurile nu pot fi "un pic sigure". Sunt sigure sau nu sunt deloc. În plină era digitală, a nu pune accent pe tehnologie în securitate și securitate în tehnologie este ca și cum ai nega vremurile în care trăiești și comunică. Aici Phoenix Media a inovat până a ajuns la un scenariu de eșec: 0.00001%

- ▶ Din 604.800 secunde într-o săptămână, șansa de a nu comunica o campanie este de câteva secunde. Fiecare panou are două conexiuni independente de internet. Asta înseamnă o disponibilitate a comunicațiilor de 99.99999%, respectiv o șansă de 0.00001% să nu putem comunica.
- ▶ Suntem singurul furnizor de DOOH care face evaluări atât pentru serviciile expuse clienților, cât și pentru infrastructura internă.
- ▶ Security is the word: compartimentarea, izolarea și controlul accesului la informații sunt garantate, precum și imposibilitatea de a rula conținut neautorizat pe rețea.





FACTS & DATA

IUBIM CREATIVITATEA ȘI TEHNOLOGIA. DAR CELE DOUĂ SUNT FĂRĂ DATE.
DATELE SUNT ESENȚIALE ATÂT PENTRU NOI, ATUNCI CÂND INOVĂM, CÂT ȘI
PENTRU ADVERTISERI, ATUNCI CÂND DECID CE, CÂND ȘI CUM COMUNICĂ.

Ne plac cifrele, tehnologia și datele. Și colaborarea cu **D&D Research** ne ajută să
avem mereu date demografice reale.

Începând cu anul 2015, atunci când D&D Research a demarat culegerea de date
demografice descriptive pentru panourile Phoenix Media, și până la sfârșitul
anului 2025 - momentul ultimei actualizări – am cules aproape 200.000 de
chestionare. Datele colectate prin aceste chestionare sunt: gen, vârstă, educație,
ocupație, venit, zona de reședință, zona serviciului, traseul zilnic.

Deoarece repetăm periodic măsurătorile pentru a ne asigura că toate panourile
au date de cel mult 4 ani vechime, baza actuală de referință reflectă informații
recente și relevante.

+ 20 de ani de experiență în DOOH

rețeaua Phoenix Media înseamnă
peste 170 de ecrane , reușind să avem
o pondere de piață de

67%

avem ecrane în peste 20 orașe

numărul total de camere ce ne asigură
monitorizările și datele în timp real este de

200+

Scenariu de eșec: 0.00001% - În DOOH totul este
despre viteză, expunere, frecvență, IMPACT. Din
604.800 secunde într-o săptămână, șansa de a nu
comunica o campanie este de câteva secunde. Fie-
care panou are două conexiuni independente de
internet. Asta înseamnă o disponibilitate a comu-
nicațiilor de 99.99999%, respectiv o șansă de
0.00001% să nu putem comunica.



1ST TIME

INOVAȚIA PRESUPUNE SĂ FII MEREU PRIMUL. NU E SIMPLU SĂ-ȚI ASUMI ASTA, DAR E UN OBIECTIV CE NE ȚINE MEREU ÎN PRIZĂ.

Am fost primii în piață care am:

LANSAT THE AGENCY

ORGANIZAT **THE CHALLENGE**

INSTALAT **CAMERE DE COUNTING** PE PANOURI

DEZVOLTAT ȘI IMPLEMENTAT **WI-FI DETECTING**

CONCEPUT, DEZVOLTAT ȘI UPDATAT
PERMANENT **STOC, TOOL-UL DE PLANIFICARE**



ORGANIZAT ÎN FIECARE AN **EVENIMENTELE PHOENIX MEDIA**,
cu scopul de a aduce împreună pe cei care activează
în industrie și a le prezenta inovații, tehnologie, trenduri.

DEZVOLTAT **TRACK MY CAMPAIGN**

tool prin care poți să îți administrezi campania și să o modifici
sau opri fără penalizări.

FOST AUDITATAȚI DIN PUNCT DE VEDERE AL **SECURITĂȚII DIGITALE**.
Auditul de securitate a avut în vedere trei vectori potențiali de atac:

- 01 Site-ul Phoenix Media alături de toate serviciile oferite
(STOC, CSM, Track My Campaign, Track My Spot)
- 02 Securitatea perimetrală a infrastructurii centrale
Phoenix Media și a ecranelor
- 03 Izolarea și segmentarea rețelelor VPN

INVESTIT ÎN **IMAGINI 360°** PENTRU PANOURILE DIN REȚEA.

În website-ul Phoenix Media am creat o zonă dedicată account-ilor
- The SHOWROOM. Aici utilizatorii pot vedea imagini 360 ale panourilor,
având astfel o viziune mult mai largă asupra locației, mediului,
expunerii și vecinătăților.



MINDS

Oamenii Phoenix Media sunt mințile care au dezvoltat tot ce a asigurat succesul acestei companii.

NU SUNTEM DOAR NOI, CEI DIN COMPANIE, CI ȘI PARTENERII NOȘTRI, CEI CARE AU ÎNȚELES DEMERSUL NOSTRU ȘI NE-AU SUSȚINUT.



DIO BOACĂ ESTE UNUL DIN EXPERTII NAȚIONALĂ PRIVIND PIAȚA DE OUT-OF-HOME DIN ROMÂNIA, ACTIVÂND ÎN ACEST DOMENIU DE PESTE 25 DE ANI.

DIO BOACĂ

GENERAL MANAGER PHOENIX MEDIA
OMUL CU IDEILE

“Inovația vine din creativitate, combinată cu un pic de nebunie și un spirit excentric. Aud spunându-se asta des despre mine. Și este în mare parte adevărat. Tot adevărat este și faptul că, în această industrie, dacă vrei să inovezi, trebuie să fii și realist, pragmatic, să studiezi, să te conectezi la tot ce se întâmplă în piața de media, să rămâi activ, vigilent și prezent. Ce din afară se vede ca o idee excelentă, în spate are zeci și mii de ore de analiză, teste, cercetare. Inovația vine dintr-o doză uriașă de know-how, din a fi aware și abia apoi creativ.



BOGDAN URSAN
CHIEF INFORMATION OFFICER
OMUL CU TEHNOLOGIA

Născut în 1987, un adevărat milenial din generația de nativi digitali, a avut întotdeauna curiozitatea de a înțelege de ce și cum funcționează așa cum o face. Prima fascinație a început cu semnalizarea metroului și a căilor ferate la vârsta de 8 ani, care a dus apoi la interes pentru electronice și de acolo la computere și rețele. Fascinația de networking a rămas până astăzi, făcând cercetări academice în Securitatea Informațională la Academia Tehnică Militară, finalizate cu o diplomă de master.



MIHAELA VUICĂ
CHIEF FINANCIAL OFFICER

Mihaela Vuică este expert în Finanțe, cu certificări în statistică, business management și peste 15 ani de experiență în domeniu. În 2011 s-a alăturat în Phoenix Media ca manager financiar, dornică să creeze și să implementeze proceduri interne, să organizeze munca într-un mod mai eficient pentru atingerea obiectivelor stabilite și anume creșterea fluxului de numerar, scăderea riscurilor și a pasivelor care afectează compania.



DAN PETRE
PARTENER ȘI DIRECTOR
AL DEPARTAMENTULUI
DE STUDII CALITATIVE
AL COMPANIEI
D&D RESEARCH.

Dan Petre este doctor în sociologie și specialist în științele comunicării, conferențiar universitar la Facultatea de Comunicare și Relații Publice din cadrul SNSPA, unde predă cursul de comunicare publicitară din 2000. Are 20 ani de experiență în marcom, timp în care a participat la 576 proiecte de cercetare de marketing și advertising. Este partener și director al departamentului de studii calitative al companiei D&D Research.



COSMIN PELEAȘĂ
PARTENER ȘI DIRECTOR
AL DEPARTAMENTULUI
DE ANALIZĂ ȘI STATISTICĂ
AL COMPANIEI
D&D RESEARCH.

Cosmin Peleașă este absolvent de sociologie-psihologie și specialist în statistică. Are peste 20 ani de experiență în cercetare de piață, timp în care a participat la mai mult de 500 de proiecte de cercetare de marketing, organizațională și de advertising.



MARIA HARAGA
THE BRAIN AT STORMERS

Maria Haraga este om de comunicare, specialist în strategii de marketing și performanță și trainer. Este pasionată de neuroștiință, mintea umană și toate mecanismele mentale și emoționale care stau în spatele deciziilor pe care le luăm zi de zi. Preferă proiectele complexe, în care poate să aducă plus-valoare, creativitate funcțională și un efect de wow.

“ Suntem parte din proiectele Phoenix Media de aproape 6 ani și abia îi așteptăm pe următorii. În acest parteneriat am primit autonomie și încredere, două valori esențiale pentru noi care, atunci când sunt prezente, susțin și asigură performanța. Colaborarea cu Dio și echipa lui ne ține mereu în priză, dar ne aduce satisfacție și sentimentul că ești parte din ceva uimitor.



www.phoenixmedia.ro

