

To MediaCom-kunder baner vejen for elite-pris

16 APR 2018

MediaCom og GroupM var nomineret i to kategorier og blev belønnet på flere måder, da I-COM forleden stod bag årets udgave af Data Creativity Awards - en af en af verdens mest anerkendte priser på området.

Publikumsprisen og Smart Data Awards. Det var den værdige høst for GroupM og MediaCom, da den globale elite i krydsfeltet data og kreativitet fornylig mødtes ved I-COM-konferencen for bl.a. at uddele årets Data Creativity Awards.

Bureauerne har tidligere vundet en pris ved awardshowet sammen med SAS, men glæden ved denne gang at vinde to er nærmest mere end dobbelt så stor – især når GroupM kigger på spændvidden mellem priserne. Et højt vidensniveau og evnen til at formidle det på engagerende vis.

– Prisen er en anerkendelse af en virksomheds overordnede evner inden for Marketing Data – altså den mest data-habile, som vel at mærke evner at bringe kompetencerne i spil over for kunderne, siger Paw Saxgren, der er Nordic COO i GroupM.

Eller som det formuleres fra awardshowets side, så er *The Smart Data Awards a guide for brands to see who is pushing the needle of progress and who can help them build a dream team for their ecosystem, which is critical to win the data game.*

Forståelse og formidling

Bag I-COM står Global Forum for Marketing Data & Measurement med næsten 100 koncerner og sammenslutninger – herunder bl.a. Unilever, Intel og Google – og i år var konference og prisuddeling forlagt til San Sebastian i Spanien.

GroupM og MediaCom havde to cases blandt de 20 shortlistede: Radisson i Attribution-kategorien og Skoringen i Programmatic. I sig selv en bedrift, for der var langt over 100 indsendelser til I-COM.

Modsat mange andre awardshows skal de nominerede selv op og præsentere deres cases live på scenen, og det udløste publikumsprisen, da Morten Fisker Jørgensen, Head of Programmatic hos GroupM Aarhus, havde præsenteret Skoringen.

– Det må siges at være en særdeles relevant pris. Vi bliver anerkendt for ikke kun at forstå kompleksiteten i data-kreativitet, men også at kunne formidle det, siger Paw Saxgren.

Strengt adgangskrav

At være shortlistet i Data Creativity er det ene af to adgangskrav ved Smart Data Awards. Det andet er, at man også deltager i *Data Science Hackathons* ved årets I-COM.

Og GroupM nøjedes således ikke med at deltage, men fik prisen *Agency Network of Year*.

– Vi traf en beslutning om at være de bedste inden for data, analyse og kreativitet – og hvordan måles dét på verdensplan? Hos I-COM, så den går vi målrettet efter. Vi vandt en kategori sidste år, og følger op med to nomineringer samt at vinde både bureauetværksprisen og publikumsafstemningen, siger Paw Saxgren, og fortsætter:

– Det handler om ambitiøse og modige kunder – og talenter med tilsvarende egenskaber. Vi skal kunne tiltrække begge dele, og det gør vi ved at skabe og dokumentere værdi for kunderne – og ved at identificere de bedste danske og internationale talenter og give dem optimale rammer. Radisson-casen er således skabt sammen med studerende fra MIT Sloan.

Læs mere mere om I-COM [her](#).