



Suosnivač jedne od najpoznatijih europskih agencija otkrio što je potrebno da se bude najbolji od najboljih

MARKETING&MEDIJI 6.4.2016. 11:42



Dani komunikacija

0

Kris Hoet

Na Dane komunikacija, središnji nacionalni festival oglašavanja koji se održava od 14-17. travnja 2016. u hotelu Lone u Rovinju dolazi Kris Hoet, suosnivač i direktor za inovacije agencije Happiness iz Bruxellesa. Prethodno je bio na poziciji direktora digitalnog odjela poznate belgijske kreativne agencije Duval Guillaume koja je pod njegovim vodstvom tri puta nagrađena titulom Digital Agency of the Year, četiri puta osvojila nagradu Agency of the Year awards i proglašena najboljom medijskog agencijom 2012. godine u Cannesu. Na Danima komunikacija održat će predavanje na temu "Ideas from Anywhere" koje stavlja naglasak na važnost kreativnosti, s obzirom na to da su se uvjeti i način na koji se grade ideje i ljudi s kojima ih se razvija, dramatično promijenili.

Možete li nam reći nešto više o vašem profesionalnom putu? Radili ste u agenciji i privatnom sektoru u digitalnom marketingu, koji su argumenti za i protiv za oba područja?

Nisam stvarno znao što želim raditi dok sam studirao, ali me privlačio marketing. Igrom slučaja prvo sam završio na strani klijenta kada sam dobio ponudu za posao odmah nakon odrađene prakse. Nakon više od deset godina provdenih na strani klijenta, želio sam vidjeti kako izgleda s druge strane, tako da sam se pridružio agenciji Duval Guillaume.



Jedna od glavnih prednosti kada ste klijent je da posjedujete projekte, njihov puni opseg. Obično kao agencija radite samo na dijelu, ali je lijepo posjedovati cijelu stvar. Također, upoznate brend i proizvod do srži. Prednost kada radite na strani agencije je različitost brendova i proizvoda na kojima radite, kao i širina znanja koje možete koristiti unakrsno kod brendova i kategorija. Vi ste uvijek onaj koji ima pogled izvana, brendovi trebaju ljude s pogledom izvana.

Dok ste radili u Duval Guillaumeu, agencija je osvojila nekoliko nagrada za Digitalnu agenciju godine i Agenciju godine. Kako su se ta dostignuća odrazila na vaše poslovanje? Što je potrebno da budemo najbolji od najboljih?

Jako puno teškog posla. Ali, možda je još važnija želja da budemo najbolji. Mi smo stvarno željeli biti (i dalje želimo danas s agencijom Happiness) najbolja agencija na svijetu. Ja uvijek kažem dobivate klijente koje ste zaslužili, prestanite kriviti klijente ili tržište za situaciju u kojoj se nalazite. Vi ste oni koji vas mogu izvući ako stvarno vjerujete da možete biti veći i bolji nego što ste danas. Ali, počnite od sebe, vi ste oni koji moraju raditi stvari drugačije, ne čekajte tržište da se promijeni. Dio mog govora je također o vjerovanju.

Možete li predvidjeti daljnji razvoj digitalnog? Što je OUT, a što će biti novi must DO u digitalnom?

Većina organizacija i agencija je shvatila da digitalno znači da moraju razmišljati o transformaciji kako oni obavljaju stvari - i to ne više kao samo o kanalu. To je dobra vijest. Pitanje je, znamo li što je potrebno za to, ali također razumijemo li stvarno mogućnosti koje dolaze s tim. Važno je shvatiti da se radi o ukupnoj transformaciji komunikacije koja je povezanija, pruža povratnu informaciju i orijentirana je na čovjeka i treba znati organizirano upravljati tom idejom.

Sa stajališta ideje i sadržaja, nekoliko je ključnih tema koje će rasti ili nastaviti još više rasti - mobilno je masivno i dalje raste, video je već sada ogroman, ali jasno je da će postati još veći. S jačanjem mobile segmenta, eksperimenti i konceptualizacija postaju još važniji. Činjenica je da ne znamo sve i zato kreativnost potaknuta podacima pruža velike mogućnosti. U tom kontekstu istaknuo bih virtual reality i proširenu stvarnost kao nešto na što se treba usmjeriti u budućnosti. Puno je izazova pred nama.

Na Vašem predavanju na Danima komunikacija u Rovinju reći ćete nam koliko je važna kreativnost, kada se uzmu u obzir promjene uvjeta i načina na koji danas nastaju ideje. Možete li nam dati pregled jedne o tih promjena koja se pojavila i kako će ona utjecati na razvoj ideja i kreativnost?

Glavna ideja mog predavanja 'Ideje od bilo gdje' vrti se oko dvije bitne činjenice: morate početi surađivati s više ljudi i trebate različitu vrstu talenata kako bi uspjeli. Ali više o tome u Rovinju.