



Dunja Ivana Ballon: Oglašivačka i tehnološka industrija postat će i ostati sve bliže

This article is also available in: [English](#)

Izvor: Netokracija

Danas nitko od mojih prijatelja ne zna što zapravo radim. Najjednostavniji odgovor na pitanje čime se bavim do sada je bio da “organiziram festivale” ili, ako ni to ne upali, “marketing” – što uglavnom riješi stvar uz potvrdno klimanje glavom i odobravanje sugovornika. Prema tome, kada je Ivan Brezak Brkan predložio da napišem tekst uoči konferencije Web Summit s osvrtom na oglašivačku industriju, nisam znala odakle bih krenula i što je ta “industrija”. Pa nikome nije jasno što mi tu zapravo radimo!

Je li to industrija famoznih reklama koje zavaravaju potrošače i napadaju ih sa svih strana, industrija zbog koje biznis njezinih glavnih neprijatelja poput [Adblockera](#) i raznoraznih drugih restriktivnih aplikacija cvate ili je to jedan fantastičan biznis pun potencijala, inspiracije, kreativnosti i ljudi koji žive od ideja? Da, da, ljudi koji prodaju ni više ni manje nego – ideje. Kakav suludi proizvod. Ili je to ipak usluga? Ma sve je to nešto neodređeno... Možda ipak prodajemo maglu...

Svaki euro uložen u oglašavanje generira 7 eura BDP-a

Ta ideja, ta črčka na papiru u idealnim uvjetima ima nevjerojatan potencijal koji je nebrojeno puta utjecao na društvo i kulturu te potaknuo razgovore o važnim temama ([Stratos](#), [LikeAGirl](#), [DumbWaysToDie](#), [CampaignForRealBeauty](#), itd.). Ta ideja je, kažu, zaslužna i za ekonomski rast...

Deloitte je početkom godine proveo veliko [istraživanje](#) u Europskoj uniji u kojem stoji da svaki 1 euro uložen u oglašavanje generira 7 eura BDP-a. Impresivno! Isto istraživanje dokazalo je da oglašavanje potiče tržišno natjecanje i inovaciju. Ma je li moguće da te prljave reklame rade toliko za razvoj gospodarstva i još potiču inovaciju? Phf. Suludo. ‘Ko je taj [Deloitte](#), kakvo je to istraživanje, pa sve je to namješteno, što vam je...

Tehnološke inovacije u industriji oglašavanja

U posljednje je vrijeme inovacija u našoj industriji sve više, a dobar spoj *cutting-edge* tehnologije i vrhunskih ideja daje razorne rezultate. [Jon Biggs](#) iz fantastičnih [MediaMonksa](#) na [Danima komunikacija](#) rekao je kako baš zato u njihovim timovima mjesecima i godinama sjede tehnolozi, inovatori, eksperti, *nerdovi* i *geekovi* najvišeg kalibra. Jasno im je da nema puno smisla osmisliti dramatičnu ideju za koju ne postoji tehnologija kojom bi je realizirali. No, s druge strane, upravo je njihova ideja često razlog zbog kojeg kreću s razvojem određene tehnologije. Ili čak razgovor kreće od novih dostupnih tehnologija čiji potencijal tek treba pokazati i koje inspiriraju njihove kreativce.



Kada sve uzmemo u obzir, čini se da tehnologija danas oblikuje budućnost *advertisinga sutra*. I obrnuto. Sama po sebi inspirativna, kreativcima nudi nevjerojatne mogućnosti, a njihove ideje daju joj vanrednu moć u dobro osmišljenoj primjeni. Tehnologija stoga i kreativnoj industriji omogućava napredak, ali je isto tako i ograničava.

Face iz oglašivačke industrije na najvećoj tehnološkoj konferenciji

Tome koliko je bitno da se ove dvije industrije još više povežu u prilog govori i činjenica kako na nadolazećem [Web Summitu](#), možda najvećoj tehnološkoj konferenciji na svijetu sa 60.000 sudionika iz 160 zemalja i još nekim drugim suludim statistikama, govore neka od najvećih imena oglašivačke industrije, od ikona poput **Boba Greenberga** iz *R/GA-a*, **Johna Hegartyja** iz *BBH-a* i **Chucka Portera** iz *CPB-a* ([nije da se hvalimo](#)) pa sve do digital direktora Trumpove predsjedničke kampanje. Njegovo predavanje, ni više ni manje nego pod nazivom *Make marketing great again*, ne propuštam! Kao da to nije dovoljno, u najavi stoji da ću saznati insajderske informacije i marketinške tajne iza izbora američkog predsjednika. Pa da vidimo...

Osim *advertising* face, u Lisabon očekivano dolaze najveće face iz tehnološkog svijeta poput CEO-a *Amazona*, *Microsofta*, *Reddita*, *Intela*, *Tindera*, *Oraclea*, *Booking.coma* itd. Da dalje ne nabrajam, [svi](#) će biti tamo, a s njima i cijela sila [investitora](#) (Breyer Capital, Bloomberg Beta, Lightspeed Ventures i dr.). Zato je ovaj festival prava meka za startupe koji tamo prezentiraju svoje ideje. A *pitchiranje* ideja? Pa znamo mi u oglašivačkoj industriji ponešto i o tome...

Poanta priče? *Advertising* i *tech* ljudi, izgleda da ćemo ubuduće sve više surađivati. Zato se vidimo uskoro na *Web Summitu*. A zatim na [Danima komunikacija](#). Popričat ćemo o svemu. Uz pivo.