



Prvi intervju u ovoj godini pripao je hrvatskoj agenciji Studio Nexus

Datum: 06.01.2015.



Bino Uršić: Prognoza za 2015: recesijska fronta se polako premješta prema istoku, a sa zapada nam dolazi vedro, ali nestabilno vrijeme. Kreativnost u porastu, na domaćem tržištu od 3 do 5, a na europskom od 7 do 10. Prihod jak, mjestimično i vrlo jak.

Izvor: HURA

Bino Uršić je kreativni direktor i suvlasnik agencije *Studio Nexus*, članice *Hrvatske udruge agencija za tržišno komuniciranje*. Odabrali smo ovaj intervju za prvi u ovoj godini. Objavljen je na internet stranici *Hrvatskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje* (HURA), strateškog partnera *Media Marketinga*.

Kako ste se našli u oglašivačkom poslu?

Evidencijski broj / Article ID: 15355197
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



Kada pogledam unazad, ispada da mi je cijeli životni put bio usmjeren k tome; od Novovalnih dana u *Primijenjenoj*, objavljivanja stripova u *Poletu*, preko grafičkog dizajna i “Božesačuvaj” projekta u devedesetima pa sve do današnjeg agencijskog posla – sve se ljepi jedno na drugo, nadograđuje.

Koji je bio najveći izazov u vašoj dosadašnjoj karijeri?

Svaki novi poslovni izazov je prilika za stjecanje i proširivanje iskustva, tako da su mi sadašnji zadaci ujedno i najveći izazovi. Rad sa internacionalnim klijentima, na “gostujućem” terenu, me svakako veseli. Pogotovo kada daje vidne rezultate.

U svega nekoliko riječi opišite nam Studio Nexus, u čemu je posebnost vaše agencije, što vas izdvaja od ostalih?

Pošteni, Iskreni, Odani, Napredni, Istrajni i Radišni ljudi čine ovaj kolektiv!

U prosincu su otvorene prijave za najveća marketinška natjecanja u zemlji, IdejuX, Mixx i Effie. Planirate li sudjelovati i koje svoje radove vidite u konkurenciji za ove prestižne nagrade?

Kao i svake godine, prijaviti ćemo neke od radova. Koje, još ne znam točno, ali bilo je nekoliko uspješnih kampanja, pogotovo za *Effie*.

Po vašem mišljenju, je li na natjecanjima važno sudjelovati i koliko vam znače osvojene nagrade?

Nagrade su “nice to have“, ali mislim da je sudjelovanje i druženje unutar struke važnije.

2014. godina je iza nas, koje biste projekte agencije izdvojili kao najuspješnije?

S obzirom da poslujemo unutar grupacije *Real Grupe*, najuspješniji su bili cjeloviti marketinški projekti za klijenta na portugalskom tržištu.

Kakvi su vam poslovni planovi za godinu koja je upravo počela? Vidite li „svjetlo na kraju tunela“ kad je riječ o općoj gospodarskoj krizi koja se svakako odrazila i na svijet marketinga, odnosno kakve su vaše prognoze za marketinšku industriju u nadolazećoj godini?

Prognoza za 2015: recesijska fronta se polako premješta prema istoku, a sa zapada nam dolazi vedro, ali nestabilno vrijeme. Kreativnost u porastu, na domaćem tržištu od 3 do 5, a na europskom od 7 do 10. Prihod jak, mjestimično i vrlo jak. Bila je ovo prognoza, a sad slijede reklame.