



## Pričali smo s digitalnim prorokom AOL-a. Ne znamo kako da vam ovo kažemo, ali nismo baš oduševljeni

### AOL Shingyja plaća milijun dolara godišnje da bude inspirativan



ZADNJA IZMJENA: tra. 19, 2015

Saša Grgurić

Pošalji Podijeli Tweetaj

Niste jedini koji se pitaju što je to digitalni prorok. Australac David Shing zvani Shingy, jedini je nositelj te titule na svijetu. Dodijeljena mu je u američkoj medijskoj korporaciji AOL i donosi mu milijun dolara godišnje.

Svijetu se objavio u veljači 2014. Bio je to nezaboravan dan na biznis kanalu MSNBC. Najavili su razgovor o budućnosti tehnologije s predstavnikom AOL-a a umjesto tipa u odijelu kakvog bismo očekivali pojavio se on, Shingy. Snimka je postala viralni hit.

Čuđenje Shingyjevoj pomalo arogantnoj tituli "digitalnog proroka" nije bilo jedini razlog. Shingy je jednostavno uznemirujuća pojava. Kosu tapira kao Beetlejuice ili lik iz anime. "Više je stvar kako je ošišana nego stilizirana" objasnio je jednom prilikom, "iznenadilo bi vas kako ju je lako podići, malo feniranja i pjene i to je to."

## Je li on najveći prodavač magle u tech industriji



Nosi tamni lak za nokte, ponekad i Google Glass. Shingy svoj posao definiira kao promatranje. "Promatram kako budućnost poprima oblik kroz nepregledni krajolik interneta." piše na svojoj službenoj stranici. Opis posla, "letenje po cijelom svijetu i nastupanje na konferencijama."

Ovoga vikenda bio je na Danima komunikacija u Rovinju. Zanimalo nas je kako misli čovjek kojega jedna do najvećih medijskih kompanija na svijetu plaća kao vizionara budućnosti, a američki novinari proglašavaju najvećim prodavačem magle.

Kako uhvatiti dinamični kreativni proces kojim čovjek napravi profesiju od letenja po svijetu i lamentiranja o istim stvarima o kojima vi i ja čavrljamo na kavi? Dok je letio prema Rovinju, sa Shingyjem smo napravili kratki brainstorming oko pojmova koji se statistički najčešće pojavljuju u razgovorima o tehnologiji. Ovo je rezultat.

## Ovako je prošao naš kratki brainstorming sa Shingyjem

<b>Letenje</b>	Mogućnost koja me očarava. Pomaže mi sanjati.
<b>Budućnost</b>	Dinamičnost, ljepota, nepoznato, inspirativno
<b>Veze</b>	Nikad dovoljno ali uvijek pristune. Ljudska veza poželjna
<b>Mlad</b>	Uvijek u srcu
<b>Ljubav</b>	Rijedak dar koji daje život
<b>Kupovanje</b>	Samo kad treba, ali često
<b>Mobilno</b>	Kretanje je privilegij
<b>Apple Watch</b>	Senzori, osjetila, okruženje. O, i pokazuje vrijeme – bonus.
<b>Svijest</b>	Umjetnička forma. Nikad je ne treba podcijeniti.
<b>Live streaming</b>	U trenutku, visceralno, stvarno

Na tržištu tehnoloških propovjedika na kojemu se bori Shingy, konkurencija je velika. Najjači među njima imaju status think-tankova. Appleov evangelist **Guy Kawasaki** objavio je 12 bestsellera, na stalnoj je turneji, hiperaktivan je na Twitteru i Periscopeu i nema dana da nam se ne obrati s liste notifikacija.

**Alex St. John**, izumitelj platforme DirectX danas je vodeći autoritet za primjenu naprednih tehnologija u industriji igrice. **Mark Andreessen** preko svog je venture fonda gradio Facebook, Twitter, Forsquare, Pinterest i svojim mišljenjima utječe na ulagačku klimu u tehnološkom biznisu. Na koncu **Steve Jobs**, on je bio je najveći tehnološki evanđelist, prije nego biznismen, inženjer ili bilo što drugo.

## On je simptom bolesti starih korporacija

Evidencijski broj / Article ID: 15631667  
Vrsta novine / Frequency: Dnevna  
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska  
Rubrika / Section:



U toj konstelaciji, Shingy konkurira teorijom da brendovi moraju biti “upečatljivi, reaktivni i relevantni.” Danas, kaže, svi pričaju o SoLoMo a trebali bi pričati o HoMo. Umjesto o društvenim mrežama, lokalnim i mobilnim uslugama, trebali bismo razmišljati o tome što ljudi rade na mobitelu dok leže na kauču.

Shingy je simptom bolesti starih korporacija, koje misle da se kupce još može zavarati s nekoliko cool izraza. AOL danas ima 10 puta manje korisnika nego 2002. kad je njegove usluge kupovalo 25 milijuna ljudi. Konkurencija jeftinijih, tehnološki naprednijih servisa učinila je svoje.

Ipak, nitko se ne ljuti na Shingyja. On je jedan simpatičan, bezazlen lik koji se ne uvlači u konflikte na društvenim mrežama i trudi se biti ljubazan prema medijima. Prosječan um pun dobre volje, još je uvijek tražen na konferencijama.

## **AOL se okreće tržištu digitalnih oglasa**

Za AOL-ove probleme tvrdi da su tek dio “tranzicije”, koju vodi direktor kompanije Bob Lord, pokušavajući učvrstiti poziciju AOL-a na 600 milijardi dolara vrijednom tržištu internetskog oglašavanja. Zasad mu ide dobro.

Taktika ulaganja u oglase koji se plasiraju uz premium sadržaj dala je rezultate. Izravni prihodi od oglasa u godinu dana narasli su za petinu, na 451.7 milijuna dolara a prihodi od oglasa preko treće strane bilježe rast od 60 posto.

Ovoga tjedna lansirali su novu platformu AOL One za kupovinu i distribuciju oglasa na više platformi. Milijun dolara za jednog simpatičnog Australca ne bi trebao biti problem.