



Objava: 29.3.2016 | 13:50

Dani komunikacija

Digitalna produkcija u kontinuiranom je uzletu

Intervju s Vladimirom Končarom, predsjednikom žirija natjecanja MIXX koje se održava u sklopu Dana komunikacija



Izvršni direktor iz agencije Studio Revolucija Vladimir Končar

Foto: Dario Belić

Autor:
[PR članak](#)

Na šesto po redu MIXX natjecanje u sklopu kojeg se dodjeljuju nagrade najboljim digitalnim kampanjama i digitalnim alatima/platformama u području tržišnih komunikacija prijavljeno je rekordnih 79 radova od strane 25 agencija, što je 16 radova više nego prošle godine i jedan od pokazatelja uspješnosti MIXX natjecanja te izvrsnog razvoja ove industrije. Dobitnici nagrada bit će proglašeni na dodjeli nagrada koja će se održati u sklopu Dana komunikacija, najvažnije strukovne marketinške manifestacije u Hrvatskoj, koja se održava od 14. do 17. travnja 2016. u hotelu Lone u Rovinju.

Ovogodišnjim žirijem natjecanja predsjedava izvršni direktor iz agencije Studio Revolucija Vladimir Končar:

Jeste li iznenađeni ovolikim brojem prijava, jesu li ispunjena očekivanja vas kao predsjednika žirija?

Očekivao sam rast tako da nisam iznenađen porastom prijava, svi aktualni trendovi na tržištu



pokazuju da je digitalna produkcija u kontinuiranom uzletu. Ono što bi bilo čudno je da imamo manje prijava nego prošlih godina. Svakako se veselim pregledati pristigle prijave i izabrati najbolje iz prošogodišnje produkcije.

U kojim kategorijama je zaprimljeno najviše prijava? Kako objašnjavate velik broj prijava upravo u tim kategorijama?

Najviše radova je prijavljeno u Branded Content Campaign, Social Media i Brand Awareness Campaign kategorijama što nije nikakvo iznenađenje jer se radi o kategorijama gdje se najviše ulaže. To su kampanje u kojima je kreiran originalan, zabavan ili informativan sadržaj povezan s osnovnim atributima branda, zatim razne aplikacije i oglašivačke kampanje na društvenim medijima, prvenstveno Facebook stranicama te kampanje koje za svoj osnovni cilj imaju podizanje svijesti o brandu i njegovim vrijednostima.

Kakav je sada posao pred žirijem? Kako će izgledati proces žiriranja i koji su kriteriji po kojima će se ocjenjivati prijavljeni radovi?

Prije svega čeka nas odgovoran posao prema kolegama iz struke i svim prijavljenima. Žiri svoj posao evaluacije i žiriranja obavlja u dvije faze: prvo je individualno žiriranje i drugo skupno gdje zajedno još jednom revidiramo sve prijave i zaključujemo ocjenjivanje. Kriteriji ocjenjivanja su jasni i uključuju kreativnost, strategiju, izvedbu i korištenje medija te postignute rezultate. Svi kriteriji su podjednako važni za donošenje konačne ocjene i izbor pobjednika. Sama nagrada je ujedno potvrda struke da su svi na projektu uključujući i klijenta odradili odličan posao.

U kojoj mjeri broj prijava na natjecanje Mixx odražava razvoj tržišta digitalnih komunikacija u Hrvatskoj te možete li detektirati neke specifične trendove?

Teško je ovako napamet i samo po broju prijava donijeti neke suvisle zaključke osim da postoji rast. Definitivno se više ulaže jer smo prošli vrijeme u kojem je dovoljno napraviti nešto na webu samo zbog prisutnosti, potrebno je pametno ulagati i sve digitalne kanale kako bi imali rezultat i na ovako malom tržištu. Svima je jasno da kroz digitalne alate postoji način za evaluaciju rezultata tako da klijenti nisu u mraku kada ulože u neku kampanju. Tek nakon pregleda svi pristiglih radova moći ćemo reći osim kvantitativnog pomaka da li postoji i kreativni zamah. Ono što osobno kroz posao pratim je i sama tehnička kvaliteta produkcije i tu mogu tvrditi da su naša rješenja u rangu sa svjetskim trendovima, a što nam donosi ovogodišnji MIXX morat ćemo pričekati dodjelu.

Kako po vama dodjela Mixx nagrade pridonosi važnosti i popularizaciji festivala Dana komunikacija te što od nagrade očekujete u budućnosti?

MIXX nagrada je vrlo bitna za samu struku jer osim što valorizira cjelokupnu digitalnu produkciju ujedno potiču klijente da se otvore prema digitalnom na dobrim primjerima iz vlastitog dvorišta. To je zajednička nagrada svima koji su sudjelovali na projektima jer bez međusobne suradnje nije moguće napraviti dobar rad. Živimo u jako zanimljivo vrijeme kada je većina inovacija vezana za razvoj softvera i digitalnu komunikaciju, i svjedočimo globalnom bumu koji nam omogućava tehnologija.