



Alen Sumina

Da bi počeli izvoziti, morali su otvoriti tvrtku u Mađarskoj

Suosnivač Nanobita govori o širenju

Nanobit je prva domaća IT tvrtka koja je snimila igranu TV reklamu, a svoja iskustva predstaviti će na Danima komunikacija

Marta Duić/PD
 marta.duic@poslovni.hr
 ZAGREB

Alen Sumina, suosnivač Nanobita, jedan je od panelista Export Stagea, nove platforme na Danima komunikacija na kojima će s posjetiteljima podijeliti svoju poslovnu priču. S predstavnicima hrvatske kreativne industrije koji su uspjeli izvesti proizvode i usluge izvan Hrvatske na Export stageu razgovarat će investitor i poduzetnik Nenad Bakić.

Nanobit je prva domaća IT tvrtka koja je snimila igranu TV reklamu i krenula u međunarodnu TV oglašivačku kampanju. Što ste željeli postići?

S novim reklamama, jer su kvalitetnije napravljene od prijašnjih, prvenstveno smo postigli nižu cijenu akvizicije korisnika. To je bio primarni cilj. Za analizu dugoročnih rezultata trebat će više vremena jer gledamo ukupnu vrijednost korisnika nakon tri do šest mjeseci, a reklame su tek puštene u nekim testnim zemljama.

Kakav je rezultat?

Reklame smo snimali za naše najpopularnije igre – Chef Town i Hollywood Story. Tradicionalni kanali putem kojih se inače igre reklamiraju postali su lagano zasićeni i cijena akvizicije korisnika na nekim tržištima postala je jednaka ili veća cijeni akvizicije korisnika putem TV-a. Drugi je razlog dizanje prepoznatljivosti branda. Kod TV-a je teže pratiti rezultate nego kod digitalnog marketinga jer ne postoji jedinstvena poveznica s korisnikom pa imamo samo okvirne rezultate za pojedine zemlje. No mogu reći da smo temeljem reklama i, naravno, same kvalitete igre upravo u pregovorima za co-branding Chef Towna s izuzetno jakim IP-jem na području mobilnih igara.

Kakve su bile reakcije vaše domaće publike na tu odluku?

Vjerojatno su neki bili iznenađeni, a drugima je to bio normalno. Dovoljno je pogledati reklame na TV-u kada ste u Londonu, recimo, ili u Njemačkoj i vidjet ćete jako puno reklama za mobilne igre.

U kojim su se zemljama prikazivale vaše reklame?

Snimljene reklame, osim za TV, koristimo i na Facebooku za akviziciju korisnika, zatim Instagramu, YouTubeu i drugim konkurentskim igrama gdje se



oglašavamo. Glavne zemlje su nam SAD, V. Britanija, Australija i Kanada. Prema prvim rezultatima, reklame dobro rezoniraju s našom ciljanom publikom.

Koliko je danas važan izvoz u kreativnim industrijama?

Od svojih smo početaka 100% izvozno orijentirani. Teško je razvijati i širiti tvrtku u ovoj industriji ako ste ograničeni na relativno malo tržište Hrvatske, iako postoje primjeri koji pokazuju suprotno. Što se tiče odnosa Hrvatske i ostalih zemlja EU, sigurno zaostajemo za najrazvijenijim članicama, makar imamo veliki potencijal. Problem je što je lokalno tržište jednostavno premalo da bi se prvo isprobao koncept pa onda kada se skupi kapital krenulo na globalno širenje.

Koliko je teško izvesti proizvode i usluge?

Glavni su nam izazovi bili administrativne prirode, s obzirom na to da Hrvatska još nema ugovor o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja sa SAD-om, neki ugovori koje bismo potpisali s američkim tvrtkama za izdavanje naših igara jednostavno bi postali neisplativi za nas. Drugi je problem bio što igre nismo mogli objaviti na Google Play platformi jer Google nije htio podržavati Hrvatsku kao zemlju u koju isplaćuje novac. Te smo probleme smo riješili otvaranjem tvrtke u Mađarskoj.

Što očekuje posjetitelje na vašem panelu na Export stageu?

Biti će govora o počecima Nanobita, problemima s kojima smo se susretali prilikom rasta, gdje se vidimo za koju godinu i općenito o kreativnoj industriji i industriji igara u Hrvatskoj.

Alen Sumina
 Kaže da su od osnivanja tvrtke bili potpuno izvozno orijentirani

(STYRIA)
 24 Večernji list
 njuškalo

4

Glavna tržišta
 svojom igranom reklamom ciljao je Nanobit, a to su SAD, Velika Britanija, Australija i Kanada