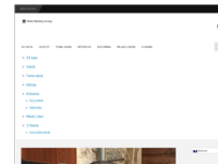


## **Dnevnik jednog metuzalema (2): Nije preživio Kreativni doručak Media Marketinga, ali zato jeste**



## CreativeMornings

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

Píše: Ekrem Dupanović, [ekrem@media-marketing.com](mailto:ekrem@media-marketing.com)

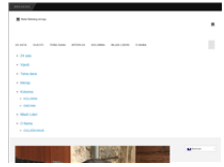
Juče sam dobio dosta komentara na [Dnevnik jednog metuzalema](#). Svi su bili pozitivni i za mene ohrabrujući. Upustio sam se u avanturu za koju ne znam koliko će trajati i na koja ću sve iskušenja nailaziti. Ali tako to ide. **Ivan Tasovac** kaže: „Ako hoćeš da riješiš jedan problem, napravi još veći.“ Tako i ja svoju svakodnevnu oskudicu s vremenom pokušavam riješiti tako što sam sad počeo raditi nešto za šta će mi svakog dana trebati barem dva sata. Teško je smjestiti tri u dva, ali ako hoćeš, može se.

**Lala** (Branislav Lalević), moj drug iz Sarajeva i Beograda mi piše da guram, da se čita lagano i da je simpa, **Jovo Jovanović**, jedan od mojih najboljih prijatelja u životu, iz Barcelone piše kako je pročitao prvi tekst i kako se već raduje slijedećem, **Slavica Bosnić** iz Trsta se ne slaže s tim što sam sebe svrstao u metuzaleme, **Stana Šehalić** iz Beograda šalje mail u kojem pojašnjava svoj tok misli koji joj je izmamio osmijeh nakon jedne formulacije iz mog teksta...

Bilo je i komentara o tome da sam se folirao kada sam napisao da sam malo toga o poslu naučio za ovih 46 godina rada u advertisingu. Ali tako je. Zbog stalnog skakanja s cvijeta na cvijet (kao pčela), gotovo ništa nisam dovodio do kraja. **Fuad Strik**, koji me dobro poznaje, kaže da ni u čemu u životu nisam bio tako konzistentan kao oko uređivanja portala *Media Marketing*. Slažem se sa Fuadom, mada ne znam zašto je to tako. Kada sam prije pet godina pokrenuo portal nisam ni znao u šta ulazim. Portal je rupa bez dna. Krenulo je sa sat-dva zabave dnevno da bi doguralo do punog radnog vremena, a pošto ne radim samo portal, moj se radni dan produžio na 12 sati. I stalno se nešto mijenja, stalno nešto počinje i završava se, ili se ne završava. U tim je promjenama najveća draž. **Sveto Janevski**, vlasnik vinarije *Tikveš*, kaže da ako ujutro kad ustanete nemate ideju šta ćete promijeniti tog dana, nema nikakvog razloga da ustajete, ostanite u krevetu cijeli dan.

Printano izdanje *Media Marketinga* pokrenuo sam prije 13 godina. Nakon prvih par brojeva sa svojim sam se saradnicima dogovorio da ćemo jednom mjesečno organizovati *Kreativni doručak Media Marketinga*. Ideja nam je bila da pravimo event na koji ćemo pozivati ljude koji su prethodnog mjeseca obilježili advertising industriju u Adriatic regiji i Evropi kako bi nam u živo govorili o kreativnosti. Kreativne doručke smo organizovali u kongresnoj dvorani hotela *Holiday Inn*. Kotizacija je bila 90 KM (45 eura). Doručak je koštao petinu tog iznosa, ostali novac smo ulagali u avionske karte i hotelske troškove. Honorare gostima nismo plaćali. Nisu ni tražili, sam poziv na jedan ovakav event u Sarajevo im se činio dovoljno egzotičnim i primamljivim. Sad ne mogu da se sjetim svih gostiju, ali znam da nam je iz Londona došla direktorica *D&AD Awards* i to dva dana nakon dodjele nagrada da nam predstavi pobjednike. Imali smo dva pobjednika iz Cannesa koji su tri dana nakon Festivala bili sa nama na doručku. Kada je **Vital Verlič** iz ljubljanske *Future* pokrenuo web stranicu za kreativce i klijente iz cijeloga svijeta, prvu je prezentaciju imao u Sarajevu. Termin doručka smo štimali prema festivalima kako bismo bili aktuelni i išlo je. Agencija godine na *Golden Drumu* je bila sa nama u Sarajevu 48 sati nakon završetka festivala, na jednom doručku gost nam je bio i **Dragan Sakan**. Išlo je, barem što se nas tiče. Poslije par mjeseci smo se umorili od ubjeđivanja lokalnih agencija i klijenata da dolaze na event. Kao – nemaju vremena, toliko su zauzeti da jednom mjesečno ne mogu izdvojiti tri sata da čuju nešto pametno i da se druže sa kolegama iz industrije. Mislim da smo izdržali sedam mjeseci i da smo digli ruke od ovog posla. Da sam znao to kapitalizirati, (a možda me nije ni zanimalo), ne bih tako lako odustajao. Danas postoji globalna franšiza *CreativeMornings*. Naš je koncept bio bolji, ali nismo izdržali.

Kako se to radi najbolje se može vidjeti na primjeru *Business Cafea*, franšize koju je smislila **Kristina Ercegović**. Sad će 1. maja tačno godinu dana kako sam upoznao Kristinu na Kopaoniku, na konferenciji koju su u praznične dane organizovali **Robert Čoban** i **Zoran Torbica**. Bio sam pozvan da učestvujem u jednom panelu o kreativnosti u oglašavanju kojeg je vodila **Kristina Ercegović**. Do tada je nisam poznavao. Dan prije panela Kristina je okupila sve učesnike da se upoznamo i dogovorimo kako ćemo to napraviti. Iz razgovora sam zaključio da se radi o vrlo poduzetnoj ženi koja je već imala jednu uspješnu firmu i prodala je, a sada radi event koji je nazvala *Business Cafe* i za koji prodaje franšizu u regiji i izvan nje. Nisam odmah baš najbolje shvatio o čemu se radi, ali je nešto u meni govorilo da bi mi Kristina mogla pomoći savjetom kako da riješim neke od svojih ključnih problema u organizaciji i finansijskoj uspješnosti poslova koje radim. Sutradan smo se našli na kafi koja je potrajala tri sata. Rekao sam joj sve, pa čak i to da sa projektima na kojima ja radim samo budala kao ja može biti kokuz. Nešto slično mi je i sama kazala kada smo završili naš maratonski sastanak. Dogovorili smo se da će uskoro doći u Sarajevo na dva-tri dana. I došla je već idućeg mjeseca. U agendi koju mi je poslala prije dolaska tražila je da se prvo sastane sa mojim saradnicima bez mene, a zatim nas dvoje idemo negdje gdje možemo na miru razgovarati. Kod izbora mjesta trebao bih voditi računa da je to negdje pored vode. Tako je i bilo. Poslije sastanka sa mojim ljudima otišli smo na Vrelo Bosne. Lijepa priroda, mir, rijeka koja žubori, sve onako kako je tražila. Sa sobom sam ponio svoj *Moleskine* od



kojega se ne rastajem (pisala mi je da moram ponijeti papira na kojem ću zapisivati). I umjesto nekih revolucionarnih ideja koje će iz temelja promijeniti moj posao i omogućiti mi da zaradim, Kristina mi je prvo kazala da napišem imena svih ljudi kojima sam u životu zahvalan. „Kako to misliš?“ upitao sam. „Pa zahvalan si svojim roditeljima što postojiš, zahvalan si **Vedrani** što je rodila vaše dvoje djece, pa zahvalan si...“ i tako redom do današnjih dana. Došlo mi je da ustanem i da odem, ali sam se suzdržao. Nakon što sam napravio jedan poduži spisak, Kristina mi je kazala da sad pravim listu ljudi koji bi meni iz bilo kojeg razloga trebali biti zahvalni. Napisao sam par imena i rekao: „Vrijeme je da ručamo.“ Za ručkom sam joj lijepo objasnio da ja imam konkretne probleme koje bih htio riješiti, ali da to neće ići na ovaj način, a ona mi je govorila kako sam ja uzrok svim svojim poteškoćama, kako moram smiriti svoj duh, relaksirati se itd. te kako ona nema u rukama čarobni štapić. Može mi samo pomoći da bolje upoznam sebe, da se naučim oko sebe dijeliti zahvalnost, ljubav..., sve ono o čemu je prije nekoliko dana u [svojim kolumni na našem portalu](#) pisao **Ivan Stanković**. Da bi to shvatio, Ivan je morao otići na Himalaje, pentrati se na preko šest hiljada metara, smrzavati se, noćima ne spavati od straha i razrijeđenog vazduha. Ja nisam morao ići na Himalaje, meni su svi vrhovi Himalaja došli na Vrelo Bosne, ali ja to nisam prepoznao niti shvatio. Doduše, nije me bilo strah, nisam bio uplašen. Ivan kaže da je od silnog straha u dugim noćima upoznao dijelove svoje ličnosti koje do tada nije poznao. Elem, dok smo ručali, rekao sam Kristini da ja mislim kako mi to što mi ona nudi nije rješenje i da bi šteta bilo da dalje gubi vrijeme samnom. Naveče smo s Vedranom izašli na večeru i Kristina je sutra ujutro otputovala iz Sarajeva.

Ništa nisam shvatio pa ni to što mi je govorila o *Business Cafeu*. Danas znam da je to jedan od najboljih i najkorisnijih projekata koje je neko pokrenuo zadnjih godina u regiji. Jednom mjesečno u svim glavnim gradovima država Adriatic regije, a u Hrvatskoj bogne i u nekim regionalnim centrima, održava se *Business Cafe*, druženje malih i srednjih poduzetnika. Kristina in na tom eventu daje ono najvažnije što im je potrebno – znanje i iskustvo svojih gostiju, uspješnih poduzetnika i priliku da se upoznaju, umreže, razmijene iskustva i uspostave saradnju. Vrijednost poslova koji su sklopljeni kroz kontakte na *Business Cafeu* prelazi deset miliona eura. Bio sam njen gost u Zagrebu prije mjesec dana i sve sam vidio na licu mjesta. Fantastično funkcioniše. Osim što je imala dobru ideju, Kristina je imala i dobar plan. Razvijala je projekat korak po korak, ugovarala franšize za svaku zemlju. I funkcioniše. Tako se to radi, ali to treba znati. Nije dovoljno samo imati dobru ideju. Ako sam nešto naučio od Kristine onda sam naučio da o svakom projektu razmišljam dugoročno, da počistim malo oko sebe i da guram samo one stvari koje zaista imaju šanse da prođu. Nisam prošao cijeli njen seminar, ali su se stvari zadnjih godinu dana kod mene promijenile iz temelja. Mnogi problemi više ne postoje, čak ni oni najteži.

Juče je u Sarajevu padoo snijeg. Nije valjda zato što sam ja počeo da pišem dnevnik.

**Igor Kern**, direktor *ABC Hrvatska* mi je poslao mail u kojem je napisao da će oni sada nuditi odit svim štampanim medijima u regiji i da ne moram biti Čutolog, već da odmah mogu objaviti tu vijest. Velika vijest. Morat ću mu sad u Brezi kupiti lopatu, onakvu kakvu je koristio heroj rada **Alija Sirotanović**. Ima godinu dana kako svako malo pošalje mail i pita: „Šta je s lopatom?“. Čim okopni odoh u Brezu da je kupim.

Zvao me **Davor Bruketa**. Razgovarali smo o *BalCannesu* koji će, sva je prilika, ove godine imati drugačiji koncept, što je jako dobro. Postavili smo dosta visoke ciljeve oko broja prijavljenih radova i već sam počeo praviti listu agencija čije radove želimo imati među prijavljenim. Zaista volim taj projekat.

*Unex* će naručiti jednu kampanju na portalu za svog klijenta. To je druga agencija koja nas je uključila u media plan za jednog svog klijenta. Hvala *Unexu*.