



Damir Ciglar: Napraviti kvalitetnu prijavu rada gotovo je jednako zahtjevan posao kao i kreirati efikasnu kampanju

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

Redovni prijavni rok jubilarnoga desetog izdanja hrvatskoga *Effieja* približava se svome kraju. Tom smo prigodom **Damiru Ciglaru** – direktoru jedine kreativne agencije u Hrvatskoj koja posjeduje nagradu *Cannes Lionsa* te članu organizacijskoga odbora natjecanja *Croatia Effie Awards* – postavili nekoliko pitanja. Dao je svoja predviđanja o ishodima ovogodišnjega natjecanja, ali i nekoliko korisnih savjeta onima koji su u procesu popunjavanja prijava.

Kakvu povijest **Effie** natjecanje ima u Hrvatskoj i kakva ga budućnost očekuje?

Damir Ciglar: Oni koji se sjećaju Dolly Bell znaju da ‘Svakoga dana u svakom pogledu sve više napredujem’. To je još uvijek tako i s *Effiejem* u Hrvatskoj, dugoočekivani početak, a onda rast i poboljšanje iz godine u godinu. I tako proleti već prvih 10 godina *Effieja* u Hrvatskoj! *Effie* je postao vrijednost koju cijene i oglašivači, a to nije lako postići. A tehnološke i medijske promjene idu u prilog lijepoj budućnosti *Effieja*.

Novi sustav za prijavu hrvatskoga *Effieja* otvoren je 16. siječnja. Kakva je bila protekla godina za industriju tržišnog komuniciranja, što možemo očekivati od prijavljenih projekata?

Damir Ciglar: Evo, to je još jedno unapređenje **Effie** natjecanja u Hrvatskoj: implementacija sustava za prijavu, ali i žiriranje od **Effie** Worldwide – vjerujem da će prijavitelji i članovi žirija osjetiti sva poboljšanja koja sustav donosi. Broj prijava na hrvatski **Effie** je stabilan, 50-ak, i to je stvarno puno za veličinu tržišta, tako da i ove godine očekujem da će biti slično – neka bude barem jedan rad više u odnosu na prošlu godinu, pa da i dalje rušimo rekorde.



Koji je element prijave po Vama ključan i koji će – u slučajevima približno jednako uspješnih kampanja – svomu prijavitelju donijeti pobjedu?

Damir Ciglar: Napraviti kvalitetnu prijavu rada gotovo je jednako zahtjevan posao kao i kreirati efikasnu kampanju! Iako načelno gledamo tri segmenta kampanje – strategija, implementacija i rezultat, puno elemenata i detalja utječe na to da kampanja bude dobra i efikasna, kao i prijava kvalitetna. Malo smo tržište i svi, uglavnom, poznajemo sve prijavljene kampanje, ali vjerujem da su konkretno mjerljivi pokazatelji ipak presudni za pobjedu. A ti se konkretni pokazatelji trebaju dobro vidjeti u prijavi rada.

Što biste poručili natjecateljima koji se prvi put upuštaju u Effie avanturu?

Damir Ciglar: Ne mislim da se radi o avanturi, više o spremnosti na dodatno učenje i iskustvo. A za to učenje dobro dođu i objavljene studije uspješnih slučajeva na Effie stranicama koje bih svakako sugerirao novim prijaviteljima da prouče. No, ako su već kreirali uspješnu kampanju, onda sigurno mogu napraviti i kvalitetnu prijavu.

Diktira li Effie – po Ipsosovu istraživanju, najvažnija nagrada u industriji tržišnog komuniciranja – trendove tržišnog komuniciranja i koji su trendovi trenutno u porastu?

Damir Ciglar: Ne bih rekao da Effie kreira trendove tržišnog komuniciranja, ali ih jako dobro koristi. Upravo je sve veća mjerljivost svega i svačega važan faktor same percepcije nagrade koja je temeljena na objektivnim pokazateljima i podacima. A tih podataka imamo sve više, na nama je da ih pretvorimo u korisne informacije. A na žiriju Effieja da tu korisnost i uspješnost prepozna.

Najvažnija nagrada u industriji tržišnih komunikacija, prema Ipsosovu istraživanju iz 2016., već se desetu godinu dodjeljuje i u Hrvatskoj. U tijeku je redovni prijavni rok koji je otvoren do 9. veljače 2019., a članicama [udruge HURA!](#) omogućen je popust. Prijaviti se možete na [poveznici](#).