



M media-marketing.com



Mladi lideri – Tina Slivnik, Agencija 101: Korisnici su zahtjevni, previše je informacija, komuniciranje bez odziva neće biti relevantno. Jako se veselim ovim vremenima

Razgovarala: Asja Dupanović

Tina Slivnik ima mnogo srednjih imena među kojima su najčešća “zašto?”, “kako?” i “da li ste sigurni?”. Najglasniji je vođa projekata u slovenskoj agenciji godine 2019. Ozbiljno shvata posao i zabavu i zato je njene nevjerovatne sposobnosti glasovnog usmjeravanja ekipe i faza projekata tokom sedmice često dovedu do promuklog nedjeljnog prijedopneva. Ponosna Novomeštanka koja, prije svega zbog iskrene želje za dobrim projektima, svakog dana migrira u Ljubljani i vodi projekte za klijente kao što su *Petrol*, *Pivovarna Union*, *JTI*, *Shark*, *Atlantic grupa* i mnogi drugi. Tanin akauntski softver ima posebne senzore za detalje i ugrađenu sposobnost rada na sto poslova istovremeno. Supermoći joj omogućavaju da istovremeno uređuje lansiranje TV kampanje i zapazi nedostajući zarez u social media planu. U njenoj karijernoj projektnoj mapi se nalaze brojni projekti koje su stručni žiriji nagradili na regionalnim i lokalnim komunikacijskim festivalima od *BalCannesa* do *SOF*-a.

MM: Kako je došlo do toga da počneš raditi u advertising agenciji? Šta te je najviše privuklo u ove vode?

Tina Slivnik: Iako od toga nije prošlo mnogo vremena, ne sjećam se tačno šta je bio razlog da sam se prijavila na studentsku praksu u oglašivačkoj agenciji. Na prvoj godini studija komunikologije nisam imala pojma šta se sve može raditi na području marketinga i oglašavanja. Znam samo da je agencija lokacijski bila jako blizu mog tadašnjeg stana u Ljubljani i da je radno vrijeme bilo fleksibilno.

U agenciji, u kojoj sam počela raditi, tada su na veliko tražili upravljanje *Facebook* stranicama mikro poduzeća. Moram priznati da mi to uopće nije mirisalo, posebno što sam morala uvjeravati sve, od zidara do stolara u okolini Črnomelja, kako im je nužno potrebna *Facebook* strategija. Na sreću ta je taktika bila brzo napuštena, ali sam u tom poslu svejedno upoznala dio digitalnog marketinga koji mi se učinio ludo zanimljivim tako da sam poželjela na tom području nastaviti. U okviru *Društva za marketing Slovenije* sam postala dio ekipe koja je brinula o društvenim mrežama. Uz malo sreće i preporuku izvršne direktorice Društva, **Tanje Karvan**, kasnije sam dobila svoju prvu ozbiljnu agencijsku šansu i iskustvo u digitalnoj agenciji *Innovatif* gdje sam se do kraja zaljubila u oglašavanje, u svim njegovim dimenzijama.



MM: Ove ste godine osvojili naziv Agencija godine na slovenskom festivalu oglašavanja. Kako si doživjela tu potvrdu vrijednosti vašeg rada?

Tina Slivnik: Biti Agencija godine je velika potvrda slovenske oglašivačke struke da kao ekipa u agenciji radimo dobre projekte i da nam klijenti zaista vjeruju. Osobno sam se najviše obradovala da je ove godine nagrađeno više različitih projekata koje smo realizirali za različite klijente. Posebno bih istakla i to da nagrađeni projekti odražavaju specifičnost i konkurentsku prednost naše agencije. Osim, nazovimo ih tako, klasičnih oglašivačkih profila, u agenciji imamo jako talentovane stručnjake za produktne i tehnološke inovacije, što se posebno pokazalo na projektima *Union Red Ale Box* i *Volkswagen Čista Moč* (Čista snaga). Pobjeda je slatka i zbog toga što agencija do ove godine nije bila u vrhu na festivalskim ljestvicama. Ovo je, dakle, naša godina proboja koja se poklapa sa desetogodišnjicom djelovanja agencije.

MM: Je li sve to zaista vrijedno svakodnevnog vozarenja iz Novog Mesta u Ljubljanu? Šta te najviše pokreće?

Tina Slivnik: Haha. Od Novog Mesta do Ljubljane i nije baš daleko tako da svakako vrijedi. Šta više, vožnja mi predstavlja užitek. Posebno zbog dobrog društva na putu, nisam ja jedina Dolenjka u Agenciji 101. I kada znaš da te pri tom ujutro u našoj agencijskoj *Masterchef* sobi čeka 5 litara svježe turske kafe, *Čokolino* i deset pospanih, ali nasmijanih saradnika s kojima vrlo rano debatoriram o najvećim tračevima i događanjima u slovenskim rijaliti šouima, sve skupa je lakše. Da, nije nas strah priznati da gledamo *Ljubav na domaći način* i kao odrasli zajedno doručujemo *Čokolino*.

MM: Na kakvim projektima najradije radiš?

Tina Slivnik: Prije svega volim projekte na kojima od klijenta dobijamo jasne ciljeve, jasan brief. I, naravno, volim projekte na kojima imamo mogućnost da napravimo nešto novo, »neklasično«, na kojima naša kreativna inovativnost dolazi do izražaja. Ako se oboje poklopi, užitek u radu je obezbijeđen. Bez obzira na sve.

MM: Ima li neko od starijih kolega iz struke od koga si mnogo naučila? Imaš li neki uzor u slovenskom ili međunarodnom oglašavanju?

Tina Slivnik: Sam put u oglašavanje mi je na neki način utrla Tanja Karvan koja me je zapazila negdje u pozadini i pozvala na saradnju kada je formirana DMS grupa za društvene mreže. I kasnije je uvijek bila uz mene. Dala mi je preporuku kada sam dobila prvu ozbiljnu šansu u agenciji. Svi znamo koliko preporuke u ovom poslu znače. Zato sam joj i dan danas vrlo zahvalna i jako je cijenim.

MM: Kako prevladati strah koji često stoji na putu realizacije hrabrih i ludih ideja?

Tina Slivnik: Mi mladi moramo biti hrabri i samouvjereni. Mislim da su mladi s kojima radim upravo takvi. Starh je nešto sasvim normalno. Ako si duboko u sebi svjestan da se povremeno ispostavlja kako su naizgled najblesavije i najbizarnije ideje najbolje, onda strah gubi svoju ulogu. Pri tom mi mladi moramo biti svjesni svojih prednosti. Vrlo često klijenti na ovaj ili onaj način žele dostići mlađu ciljnu skupinu, dakle ljude koji definiraju razmišljanja i trendove, a njih upravo mi mladi stručnjaci u agencijama najbolje poznajemo. Zato moramo biti hrabri i moramo vjerovati svojim idejama i razmišljanju. Tako možemo najviše doprinijeti prevladavanju tog straha o kojem govoriš. Vjerovatno je tako bilo i prije 20 godina, a bit će i kroz 20. Mislim da važi to da su ovaj posao uvijek osvježavale i pokretale nove generacije. Strah, kao neko generalno stanje u poslu, treba osvjetliti i iz drugog ugla. Prečesto pretjerujemo, prečesto strah ublažavamo činjenicom da naše potencijalne greške u realnom svijetu samo rijetko sa sobom nose teške životne posljedice. Teško ćete u časopisu pročitati članak: "Zbog katastrofalne internet aktivacije, poduzeće otpustilo 200 radnika." U oglašavanju sebi katkad možemo dopustiti i poneki neuspjeh. Čemu onda strah?

MM: Kako vizioniraš budućnost oglašavanja, kreativne komunikacije općenito?

Tina Slivnik: Oglašavanje i kreativnost će se, po mom mišljenju, u budućnosti još više podrediti podacima, svim oblicima podataka. Čvrsto vjerujem da će se u toj realnosti moći producirati još ljudi, još drskiji i još inovativniji načini komunikacije s korisnicima. Zato me raduje da smo u agenciji svjesni toga i da pokušavamo razmišljati na taj način. Korisnici su zahtjevni, previše je informacija, komuniciranje bez odziva neće biti relevantno. Jako se veselim ovim vremenima.

MM: Šta smatraš najvrjednijom lekcijom u ovim godinama od kako živiš agencijski život?

Tina Slivnik: U agenciji smo često pod stresom, što je logično. Naš posao je predvidljiv do te mjere da možemo sa sigurnošću tvrditi kako je nepredvidljiv. Takvo stanje, posebno kod nas vođa projekata, kreira neku permanentnu nelagodu. Najveća lekcija koju sam naučila u ovom poslu jeste da je potrebno hitno shvatiti da ono što nam danas predstavlja najveći



izvor stresa i čini breme, u 99% slučajeva će kroz mjesec dana, ili čak ranije, biti tako banalno i nevažno da se uopšte više nećemo sjećati zašto smo se time opterećivali? Naši problemi najčešće brzo prolaze tako da treba smanjiti stres jer je istina da ništa, zaista ništa nije toliko dramatično kao što se čini u tom trenutku.

MM: Imaš li slobodnog vremena i kako ga najradije provodiš?

Tina Slivnik: I pored svakodnevne vožnje imam slobodnog vremena. Volim slobodno vrijeme, treba mi i sretna sam da radim u agenciji u kojoj je slobodno vrijeme samo po sebi razumljiva vrijednost. Super popodne za mene je ono koje provedem na sunčanoj kućnoj terasi, u blizini mojih najdražih, uz dobru hranu i s odabranim te sa emocijama zamiješanim Gin&tonikom. To je to – svakodnevne male radosti.

Oznake: [Agencija 101](#) [Mladi lideri](#) [Slovenija](#)