

Neke od najvećih hrvatskih tvrtki istaknule važnost komuniciranja

Na poticaj Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) svoj su doprinos u težnji za isticanjem važnosti komunikacijske industrije, ali i očuvanjem gospodarstva u cjelini dale i brojne velike kompanije – uz poruku da je sada posebice važno nastaviti komunicirati.

Nakon što je HURA objavila **5P – Pet Pravila Pametnog Prebrođivanja Pandemije** u tržišnim komunikacijama, vodič koji upućuje klijente i oglašivače kako da prepoznaju priliku zašto nastaviti s komunikacijom tijekom trenutne krize, primjerima odgovornog komunikacijskog djelovanja istaknulo se niz oglašivača koji svojim postupcima nastavljaju pozitivno utjecati na tržišne komunikacije i gospodarstvo u cjelini. Među njima su se našli **Belupo, dm, Fortenova grupa, GRAWE, Mastercard, Saponia i Kandit, Zagrebačka pivovara, ali i Hrvatska obrtnička komora.**

„Neizvjesnost je tu i na malo toga možemo utjecati. I baš je zato važnije nego ikad komunicirati i biti prisutan“, poručuje **Ana Štebih Pinjuh**, direktorica marketinga Zagrebačke pivovare te dodaje da su neke projekte odgodili za sretnija vremena, ali su u isto vrijeme osmislili i nove formate. Životi, iako se trenutno odvijaju u bitno otežanim okolnostima, ne smiju stati, kao što ne smije stati ni **odgovorna komunikacija, koja će očuvati kako fizičko tako i psihičko zdravlje** građana.

„Biramo komunikacijske kanale koji nam ostavljaju slobodu da poruku prilagodimo trenutku, fokusirani prije svega na slanje edukativne poruke i afirmaciju stvarnih vrijednosti“, tvrdi **Hrvoje Kolarić**, predsjednik Uprave Belupa, u čemu se slaže i **Dubravka Jusić**, izvršna direktorica marketinga Fortenova grupe: **„Dobre kompanije su neprestano u kontaktu sa svojim ključnim dionicima i dobri brendovi sa svojim kupcima.“**

Gordana Picek, članica uprave dm-a, naglasila je da je **„važnost komunikacije s potrošačima upravo sada iznimno velika te odašiljanje poruka nikad nije sa sobom nosilo toliku vrijednost.“** Svijest o važnosti pravovremene i kvalitetne komunikacije istaknula je i **Gea Kariž**, direktorica marketinga Mastercarda: *„Kampanje nismo otkazali, već smo ih odgodili na drugu polovicu godine, a vrijeme do tada ćemo iskoristiti za kvalitetniju pripremu istih.“*

Podsjećamo, u HURA-inom vodiču 5P sumirano je **pet ključnih točaka zašto je sada posebice važno nastaviti komunicirati**, uključeni su primjeri dobre prakse svjetskih oglašivača, prikazana je statistika koja ukazuje na to da nakon ovakvih kriza svjetskih razmjera dolazi do naglog ekonomskog rasta te kako ključ prevladavanja ove krize posebice leži u međusobnoj podršci.

Jelena Fiškuš, članica Uprave HURA-e te voditeljica HURA-ine radne skupine koja je osmislila vodič 5P, pozvala je sve oglašivače da se pridruže inicijativi jer samo zajedno

možemo pozitivno utjecati na budućnost: „U trenucima kada **zaštita zdravlja građana i održavanje gospodarske aktivnosti uvelike ovise upravo o dionicima komunikacijske industrije** – koji čine cijeli jedan lanac, od proizvođača, tj. oglašivača preko agencija koje se bave tržišnim komunikacijama do medija – ključno je nastaviti komunicirati kako bismo ostali ujedinjeni u **zajedničkoj misiji osiguravanja pravodobne i odgovorne komunikacije** – koju kreativnim radom zajedno činimo razumljivom i dostupnom svima. Drago nam je da nas značajni brendovi i institucije podupiru, kako deklarativno, tako i realnim ulaganjem u komuniciranje. To će svakako imati značajan pozitivan utjecaj na njihovo poslovanje i vjerujemo da će pozitivnim primjerom potaknuti i druge.“

Cijeli vodič možete preuzeti [ovdje](#), a iz HURA-e ističu da je i vaš glas itekako važan: ako ste dio komunikacijske industrije, **potporu možete dati slanjem izjave u ime svoje kompanije na hura@hura.hr te, naravno, nastavkom komuniciranja u trenucima kada je to važnije nego ikad.**

HURA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku. Više o HURA-i na www.hura.hr.

Kontakt za medije: Ivana Jeleč, ivana.jelec@komunikacijskilaboratorij.com, 098 184 17 38