

## Otvoren i ljudski pristup - to je očaralo žiri svjetske nagrade Red Dot

Vanja Bertalan, direktor nagrađivane hrvatske agencije Human otkrio je formulu koja ih je prije nekoliko dana dovela do jedne od najprestižnijih svjetskih nagrada



Web stranica [Human](#) osvojila je žiri poznate nagrade Red Dot. Popričali smo o tome što ih je dovelo do pobjede i kakva je komunikacija smjer budućnosti.

**Red Dot jedna je od najpoznatijih svjetskih nagrada za dizajn, dodjeljuje se već 65 godina, kakav je osjećaj naći se na toj prestižnoj listi?**

Kao i sa svakom nagradom, osjećaj je odličan. Nagrade su potvrda dobrog rada na kraju priče. Međutim Red Dot je ipak nešto posebno. Riječ je o nagradi koju osvajaju velika imena poput BMW-a i Applea za svoje inovacije u raznim područjima. Naša je pak u kategoriji **Brands&Communication**; i to za vlastite web stranice. I tamo su ponovno kriteriji visoki - traži se nešto posebno, vrijedno stavljanja na listu, a mi smo uspjeli pokazati da je to upravo naša agencija **Human**.

**Po čemu je stranica Humana posebna? Što je točno donijelo pobjedu?**

Koliko god je naša pa mi je teško biti subjektivan, vjerujem da je očito kada korisnik posjeti našu web stranicu da je riječ o drugačijoj priči. Nije standardna web stranica agencije ili firme, odmah u početku je nešto malo *off*. Ta razlika je ono što nas je istaknulo.

Žiri Red Dote vrednuje kreativnu i dizajn, a mi smo s našim webom uspjeli postići dobar omjer svega. Inovacija se ne događa samo kroz boje, iako je naša stranica uistinu šarena, već se događa kroz tekstove i slike koje prate cijelu priču.

Potrudili smo se da čovjeku ne budemo dosadni, da ne pričamo prazne floskule i govorimo kako smo svi mi

jedno. Svatko od nas je poseban na svoj način i tome smo dali prostora. Ljudi su sami pisali tekstove, fotografije smo sami izradili, namjerno nisu savršene nego su ljudske - upravo onako kao što nam i ime govori.

Zato mislim da je naša otvorenost donijela pobjedu. Mi u **Humanu** čvrsto vjerujemo u normalnu, otvorenu i direktnu komunikaciju.

### **Je li trend takve komunikacije nešto što možemo očekivati i od ostalih kompanija?**

Vjerujem da je. Ljudima je dosadilo čitati bajke koje firme prezentiraju svojim kupcima i svojim zaposlenicima. Trend u kojem smo svi dio zajedničke priče jako je lijep, ali nestala je njega za individualizmo i normalnom komunikacijom.

Sve više kompanija okreće se jasnijoj komunikaciji. Bez sitnih slova. Bez praznih rečenica. Jasno i jednostavno. Na kraju dana tako i respektiramo korisnike koji su nam poklonili svoje vrijeme. Ne punimo im uši praznim rečenicama.

Taj trend pokazuje se sve popularniji vani pa vjerujem da će se jednako tako preliti i kod nas.

### **Utječe li komunikacija na klijente i poslovanje?**

Naša ponekad šaljiva i iskrena komunikacija sigurno nije po ukusu svakoga. I to nam je u stvari drago. Ne borimo se svidjeti se svima, mislim da je to nemoguće. Umjesto toga radije privlačimo klijente koji su sličnih razmišljanja i stavova poput nas.

S njima od početka lakše radimo i jasnije pričamo jer smo si mentalno bliskiji. Oni nam dolaze sa svojim specifičnim problemima na webu gdje im de facto nedostaje kerozina, a mi smo tu da im pomognemo i dolijemo njihovo digitalno gorivo.

### **Radili ste i na osvježenoj identitetu poznate hrvatske konferencije **Dani Komunikacija**, prati li ona taj trend?**

Da, **Dani Komunikacija** također su prošli kroz proces rebrandinga i u sklopu toga stvorili jednu jasnu komunikaciju: F\*\*K ADVERTISING, LOVE ADVERTISING. Upravo to je misao svih ljudi koji su u oglašivačkoj industriji. Ima dana kada sve želiš poslati na spavanje, a ima dana kada se osjećaš kao klinac koji se upravo zaljubio. I upravo je u tome bit, takve stvari ne treba skrivati niti se bojati izreći. Nije svaki dan čista petica ni u kojem poslu pa tako ni kod nas. Mislim da su **Dani Komunikacija** napravili odličan potez.

### **A koji su daljnji planovi za Human?**

Mi nastavljamo dalje graditi našu priču. Već 19 godina smo na tržištu, izrađujemo i razvijamo web stranice i mobilne aplikacije, u planu nam je nastaviti u tom smjeru. Dodatno tome, počeli smo sve više širiti priču s digitalnim oglašavanjem. Osnovani smo odjel koji nam pokazuje za sad odlične rezultate.

Bilo web stranica ili mobilna aplikacija, publika na neki način mora saznati za nju, a sada smo u stanju ponuditi i tu uslugu našim klijentima. Mislim da je to logičan i smislen slijed te očekujemo rast u tom smjeru.

Također, uz sve rečeno, ove velike svjetske nagrade stvorile su nam dodatni broj upita iz inozemstva što nas naravno veseli.

### **Za kraj jedno osobno pitanje, u kojem trenutku se čovjek zasiti ovog posla? Ili je energija neiscrpna?**

Definitivno je neiscrpna. Digitalni svijet mijenja se svaki dan. Industrija je jako dinamična i to me jako pogoni. Mogućnosti digitalizacije velike su i nažalost su se iskazale zbog okolnosti u kojima se svi nalazimo. Ali ako zanemarimo razloge, odjednom je postalo jasno da pečat može biti digitalan, da tržnice mogu biti online, da mogućnosti još ima mnoštvo. Taj prostor za napretkom, uz tehnologiju koja svaki dan raste, tjera me da stalno gradim nove zanimljive projekte.

**24 sata, 31.7.2020.**

Evidencijski broj / Article ID: 7214576

Naslov / Title: Otvoren i ljudski pristup - to je o aralo žiri svjetske nagrade Red Dot

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 356398

---