



## Marian Salzman: "Svi trebamo biti više ljudi"

Jedna od vodećih svjetskih PR stručnjakinja u impresivnoj karijeri višestruko je nagrađivana za iznimne rezultate u području komunikacije i odnosa s javnošću. S Marian Salzman, koja se danas smatra...



Jedna od vodećih svjetskih PR stručnjakinja u impresivnoj karijeri višestruko je nagrađivana za iznimne rezultate u području komunikacije i odnosa s javnošću. S Marian Salzman, koja se danas smatra jednom od najboljih svjetskih poslovnih komunikatora, u aktualnom broju StoryBOOK magazina razgovarali smo o vrijednostima i komunikaciji u novoj, COVID-19 stvarnosti. Izvor: Press. Važnost dobre i točne komunikacije ističe se u doba svjetske pandemije uzrokovane virusom COVID-19, kada je svijet zastao paraliziran djelovanjem virusa i lančanom reakcijom svih uključenih, od predsjednika vlada i država preko multinacionalnih kompanija do običnog malog čovjeka iz susjedstva. Mnoge uobičajene vrijednosti promijenile su se preko noći i odjednom je znanost opet postala važna i cijenjena, susjed susjedu najbolji prijatelj, a medicinske sestre i liječnici superheroji. Iako su zbog pandemije mnoge ekonomske aktivnosti potpuno stale i stiže globalna recesija, Storybookova sugovornica Marian Salzman kaže da "nema boljeg trenutka da brendovi uđu u središte pozornosti, pokazuju od čega su satkani i kako pridonose širem boljitku. Želimo svjedočiti tomu da se trude što bolje zaštititi svoje zaposlenike i potrošače od pandemije i ekonomskog tsunamija". Marian Salzman, jedna od vodećih svjetskih PR stručnjakinja, u impresivnoj karijeri višestruko je nagrađivana za iznimne rezultate u području komunikacije i odnosa s javnošću. Kao CEO



cijenjene agencije Havas PR za Sjevernu Ameriku vodila je tim koji je, u suradnji s Ujedinjenim narodima, pokrenuo i promijenio svijest svjetske javnosti o utjecaju klimatskih promjena. Danas je viša potpredsjednica i direktorica globalnih komunikacija tvrtke Philip Morris International i smatra se jednim od najboljih svjetskih poslovnih komunikatora. Početkom svibnja održala je online predavanje "Strange Days for Communicators and The World" u sklopu DK Talksa, novog edukativnog online formata prestižnog komunikacijskog i marketinškog festivala **Dani komunikacija**. Uхватili smo priliku i razgovarali s Marian Salzman o vrijednostima i komunikaciji u novoj, COVID-19 stvarnosti. Izvor: Press Book: Svijet se suočava s raznim utjecajem virusa COVID-19. Dijelovi naših života zauvijek su promijenjeni i ulazimo u novu realnost. Mnogi brendovi obustavili su svoje aktivnosti i izgubili komunikaciju s korisnicima tijekom pandemije jer ih je zaustavio novi superbrend COVID-19. Usprkos tomu, primjećujem da korisnici brendova i dalje trebaju te traže rješenja i praktičnu pomoć. Kako brendovi mogu predstavljati svoje proizvode i usluge u ovoj novoj stvarnosti? Moraju biti empatični i razumjeti da svijet nije danas kao prije dva ili tri mjeseca. Imamo mrtve i ljudi osjećaju ekonomski pritisak. Mnogo su oprezniji u raspolaganju kućnim i poslovnim budžetom. No mislim da ne trebaju biti. Brendovi ih obvezno moraju podsjetiti na njihov način života. Također, zaista je važno da brendovi prepoznaju da sada ne mogu samo prodavati. Moraju učiniti nešto relevantno za kvalitetu života, zdravlja ljudi, njihovih obitelji, osoba koje volimo. Mogu podići duh ljudima i dati im nadu, pomoći onima kojima je potrebno, podržati male biznise koji se bore za preživljavanje. Mislim da je to zdravo. To mora biti na osnovnoj ljudskoj razini. Svi trebamo biti više ljudi. Book: Klimatske promjene bile su glavna tema prijašnjih godina, ali sada, u samo nekoliko mjeseci, otvorilo se još nekoliko velikih globalnih pitanja - odgovarajuća zdravstvena zaštita, velike životne i poslovne promjene, rad od kuće. Brendovi sasvim sigurno mogu utjecati na komunikaciju tih tema, ali i zadržati identitet. Je li pravo vrijeme za predstavljanje promjena? Što je važno komunicirati? Sada je zaista važan osjećaj sigurnosti da će sve biti dobro. Mislim da pandemija i klimatske promjene imaju puno zajedničkog i moramo biti svjesni svih materijalnih razaranja koje smo učinili našem planetu. To je osveta majke prirode. Ne želim biti simpatična zbog toga, ali mnogo je se toga moglo učiniti kako bi se olakšalo ljudima. Primjerice, gradovi i kvartovi postali su prenapučeni pa ljudi nemaju svježeg i zdravog zraka. Trebamo se vratiti prioritetima koji nam osiguravaju lakši i zdraviji život. Brendovi bi mogli pomoći u tome jer njihove mogućnosti zapravo počinju s osnovnim ljudskim potrebama, ljudskom održivosti, a to su univerzalne vrijednosti. Cijeli intervju s Marian Salzman možete pročitati u tiskanom izdanju magazina StoryBOOK