



Jutarnji list - Marketingaši, komunikatori i kreativci – evo koje vam edukacije preporučuju vaši kolege

Zagrebački su kreativci i komunikatori imali priliku uživati u višesatnom druženju sa stručnjakom Thomasom Kolsterom u prekrasnom ambijentu Rougemarin Parka te u jesen ući s pregršt inspiracije i novih ideja – a evo što su nam poručili!

Jesen je vrijeme promjene i svježih početaka, stoga je od izrazite važnosti oboružati se inspiracijom, a nove ideje nudile su se kao na pladnju na radionici **Buffet of Good Ideas – Creativity for Good powered by Mastercard**, koju je stručnjak svjetskoga glasa Thomas Kolster održao u prekrasnom ljetnom ambijentu zagrebačkoga Rougemarin Parka. U sjajnoj atmosferi odlučili smo provjeriti dojmove sudionika – evo što su nam poručili.

Pionir oglašavanja sa svrhom, koji je predvodio najnovije izdanje ove urbane edukacije, svojim inovativnim pristupom potiče promjenu **dugogodišnjom suradnjom s najvećim svjetskim festivalom kreativnosti Cannes Lions** i radi s brojnim Fortune 500 tvrtkama – a ekipa iz agencije Izone s radionice je otišla s brojnim uvidima. Najviše ih je zaintrigirao razgovor o brendovima.

„Primijetila sam da brendovi često naglašavaju svoju svrhu i vrijednosti, ali mene uglavnom uopće ne dodiruje njihova priča. Sada sam tek od predavača dobila objašnjenje zašto – jer oni zapravo samo pričaju, a ništa ne rade. Nije problem u meni, nego u njima!“ poručila nam je **Lucija iz Izonea**, a nadovezala se i njezina kolegica **Eva**: *„Tijekom radionice shvatila sam da naši ljudi jesu na transformativnoj razini o kojoj smo razgovarali s predavačem. Ali, u isto vrijeme, domaći brendovi uglavnom nisu. Tu se stvara pomak jer naši brendovi nama ne uspijevaju biti tako relevantni kao neki strani.“*

Ipak, ima i brendova koji zaista prate svoju svrhu, na što se osvrnuo **Leon iz Izonea**: *„Jako mi se svidjela Kolsterova rečenica da moramo paziti da ne osakatimo prekrasne brendove. Često se ljudi koji rade na brendovima izmjenjuju pa taj brend više nikada ne može biti ono što je bio prije. Mislim da tu rečenicu svi moramo imati u glavi pri radu.“*

Nakon zanimljivih razgovora potaknutih Kolsterovim kreativnim vodstvom, odlučili smo provjeriti i kakva je bila atmosfera u Rougemarin Parku: *„Bilo je zanimljivo i inspirativno osvijestiti koliko smo mi još kao društvo daleko od nekih standarda i trendova koji se furaju vani. Super je što, umjesto onog što bismo po internetu morali pretraživati šest sati, ovdje sjedimo dok nam predavač to sve prekrasno objasni u 2-3 sata. Baš je dobar omjer uloženog i dobivenog.“*

Ovo je bilo genijalno radno popodne: vani, uz pivicu, dobru klopku, ekipu i zanimljivo predavanje“, uz smijeh su nam ispričali Marko i Goran iz Studija Šesnić&Turković.

Njihove su nam dojmove potvrdili i drugi sudionici, a pitali smo ih i što će ponijeti s radionice i prenijeti drugim kolegama: „Najviše nam se svidio rad u grupama i to što smo mi, kolege iz agencije, proveli jedno lijepo popodne zajedno, što se u današnja korona-vremena (kada mnogi rade od doma) osobito cijeni“, rekli su nam simpatični **kreativci iz ZOO agencije**, a na pitanje što će s radionice zapamtiti osvrnuli su se na inspiraciju: „Podsjetili smo se koliko je važno osluškivati svakodnevna zbivanja oko nas i koliko, uz malo novinarskih tehnika, možemo **otkriti dragocjene i životne insigte koji će nam poslužiti kao inspiracija.**“

Ova dugo iščekivana radionica po ekskluzivnim se cijenama rasprodala putem Mastercardove platforme priceless.com rekordnom brzinom, što je rezultiralo još jednim nezaboravnim druženjem domaćih komunikatora i kreativaca.

Više informacija o **HOWtoWOW** akademiji pronađite na hura.hr/howtowow.