

dalmacijanews.hr



## Naše mlade lavice Jelena Ceković i Lara Burazin otkrile kako su dominirale na natjecanju **Young Lions Croatia**

U nedavnom intervjuu za časopis **Media Marketing**, Jelena Ceković i Lara Burazin, mlade lavice iz agencije 404, podijelile su svoje iskustvo i uspjeh na prestižnom natjecanju Mladi lavovi. Njihov projekt "Can winter be In red?" osvojio je zlato u kategoriji PR, demonstrirajući njihovu kreativnost i sposobnost da se nose s izazovima u komunikacijskoj industriji. Na početku razgovora su istaknule samo iskustvo natjecanja, te samu pripremu.

*– Cijelo iskustvo je bilo jako inspirativno i izazovno. Koncept je osmišljen tako da zaista imaš priliku testirati svoje granice kreativnosti i preći ih. Tema društveno odgovornog projekta uvijek je zanimljiva, ali i izazovna jer je važno svojom idejom približiti srž projekta širim masama, učiniti je zanimljivom i relevantnom kako bismo dobili željenu reakciju javnosti. Od trenutka kad smo se odlučile prijaviti na natjecanje, dogovorile smo se da nema potrebe za ikakvim pritiskom, već da ulazimo u cijelo iskustvo otvorenog uma i sa željom za stjecanjem novih znanja, a tako je na kraju i bilo – otkrile su Jelena i Lara.*

Natjecanje, koje je uključivalo osmišljavanje društveno odgovornog projekta u roku od 24 sata, predstavljalo je inspirativni izazov za Jelenu i Laru. Unatoč pritisku vremena, motivacija i vjera da će prava ideja doći u pravo vrijeme dovele su do konačnog pobjedničkog rezultata koji im je dodatno uljepšao cjelokupno natjecanje.

*– Naravno, konačan rezultat je samo dodatno uljepšao cijelo iskustvo. Motivacija nam je prije svega bila već spomenuta želja za nekim novim znanjima i testiranjem sebe da vidimo kako funkcioniramo kada za jedan ovakav zadatak imamo samo 24 sata. U realnosti na svakodnevnom poslu je taj rok uvijek dulji i uključuje otvorenu suradnju kako s kolegama koji imaju više iskustva, tako i s onima iz drugih odjela za koje mislimo da bi nam mogli dati korisnu informaciju ili savjet. Na ovom natjecanju su uvjeti ipak značajno drugačiji pa se i sam kreativni proces dosta razlikuje od uobičajenog i tomu se treba prilagoditi – rekle su.*

Ključ njihovog uspjeha leži u otvorenoj suradnji i spremnosti da se prihvate izazova. Radile su zajedno kao tim, dopuštajući idejama da se razvijaju prirodno i nadopunjuju jedna drugu. Konačna ideja za projekt "Can winter be In red?" nastala je nakon intenzivnog procesa razmišljanja i kombiniranja različitih prijedloga.

*– Naša ideja bila je rezultat brojnih odbačenih prvoloptaških ideja jer smo nastavno na njih mogle granati svoje misli dalje i tako se u jednom trenutku izjedrio prvi komadić slagalice, a kasnije smo zaokružile cijelu priču. Ušle smo u cijeli izazov bez pritiska i odlučile da se ne želimo opterećivati vremenom jer smo znale da će prava ideja doći i da će onda sve biti lakše, bilo to nakon dva sata promišljanja, četiri ili šest. Kod nas je kliknulo tek u osam sati navečer. Jednom kad smo odlučile da je to to, sve ostalo je došlo samo od sebe. U početku smo krenule svaka svojim*

*smjerom i prepustile se da vidimo gdje će nas to odvesti. Tada smo zapravo i ispuhale sve ziheraške ideje. U procesu smo spojile naša promišljanja i krenule međusobno jedna drugoj nadograđivati i nadopunjavati ideje te smo se u jednom trenutku zaustavile na onoj koja je jednostavno rezonirala s objema. Tako je na kraju nastao naš projekt "Can winter be in the red?" – istaknule su Jelena i Lara.*

Bez obzira na izazove s kojima su se susrele tijekom implementacije projekta, uspjele su prevladati prepreke uz pomoć svoje vlastite kreativnosti.

*– Jedan od možda najvećih izazova bio je brief, ispratiti sve upute i norme koje su u njemu zadane, a da ideja i dalje bude dovoljno out-of-the-box. Na svu sreću, imale smo odlične mentore s kojima smo svi već ranije prošli savjete kako da si olakšamo cijelo natjecanje, a glavni savjet je bio da ne dozvolimo da nas išta ograničava. Jednom, kada smo cijelom zadatku tako i pristupile, da misli ne presijecamo pitanjima koja bi si postavljale pri kreiranju klasične kampanje za klijente, puno nam je bilo lakše dozvoliti si da razmišljamo slobodnije. Naravno, brief je važan i treba ga ispoštovati, ali nije zapisan u kamenu i dozvoljava određenu dozu fleksibilnosti.*

Kod savjeta za uspješno sudjelovanje u natjecanju istaknule su kreativnost

*– Svakako bismo istaknule da u ovo natjecanje treba ući neopterećeno i otvorenog uma, ne dopustiti da vrijeme na satu stvara pritisak, niti to što ste možda od nekoga načuli da je već gotov, a vi još niste niti na tragu neke suvisle ideje. Jednostavno pustiti da vaše kreativne struje odrade svoje jer svadžiji ključ kreativnosti radi drugačije, a možda je baš taj vaš rješenje zadatka – uz osmjeh su otkrile.*

Kada je riječ o društveno odgovornim kampanjama, Jelena i Lara vjeruju da imaju značajan potencijal za utjecaj na društvo, pod uvjetom da su relevantne i prilagođene ciljanoj publici. Smatraju da je ključno usredotočiti se na poruku koju žele prenijeti i uključiti javnost na način koji će ih potaknuti na pozitivne promjene.

*– Smatramo da su društveno odgovorne kampanje vrlo bitne i da zaista mogu raditi promjenu, ali da je vrlo važno na koji način se te kampanje komuniciraju. Moramo znati koja nam je ciljana javnost, što joj želimo poručiti i kako ju uključiti u cijelu ideju da dobijemo željenu reakciju. Ako netko ne osjeća da je ta kampanja relevantna za njih, vjerojatnost da će reagirati je mala. Međutim, ako se osjećaju povezano i mogu se poistovjetiti s porukom kampanje, postoji veća šansa da će projekt zaista imati značajan utjecaj i doprinijeti pozitivnim promjenama na višoj razini – zaključile su na kraju naše djevojke.*

Kroz svoj uspjeh na natjecanju Mladi lavovi, Jelena i Lara pokazuju svoj potencijal kao buduće liderice u komunikacijskoj industriji, spremne inspirirati i utjecati na društvo kroz kreativne i društveno odgovorne projekte, a mi im naravno želimo svu sreću da u tome i uspiju.