



Kad ti Gen Z recenzira biznis: Evo što su mi poručili Dario Marčac i Adrian Krajcar

“U mojim cipelama” nalaze se dva brenda: [Mamager](#), digitalna platforma posvećena *female leadershipu* i [Vell Centar](#), prostor u kojem se znanje, iskustvo i pristup fizioterapiji susreću s modernim potrebama klijenata. Ali ni najbolji projekt ne može do ljudi ako o njemu ne pričaš onako kako oni žele slušati.

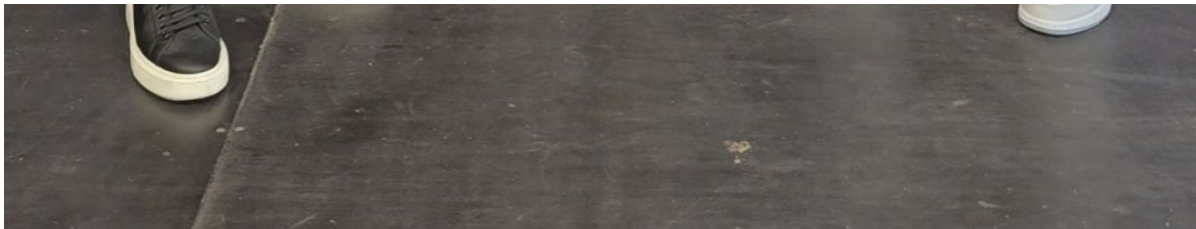
Zato sam ulovila priliku na [Danima komunikacija](#) i odlučila porazgovarati s dvojicom predstavnika [novih generacija](#), [Dariom Marčacem](#) i [Adrianom Krajcarom](#) – i pitala ih bez filtera što da radim sa svojim sadržajem?

Dario Marčac je pionir TikTok marketinga u regiji i osnivač Crewa, najveće zajednice TikTok kreatora u regiji koja okuplja više od 70 kreatora sadržaja. S više od 500.000 pratitelja na TikToku i preko 650.000 na Instagramu, Dario pomaže mnogim brendovima i kreatorima da izgrade uspješne profile.

Adrian Krajcar je hrvatski kreator sadržaja koji je na TikToku prikupio preko 1,5 milijuna pratitelja, a na Instagramu više od 150.000. Poznat je po svojim humorističnim skečevima koji često igraju na [stereotipe](#) i ističu smiješne aspekte svakodnevnog života u Hrvatskoj i regiji.

Što su mi savjetovali ljudi koji žive i dišu društvene mreže i što kaže [next gen](#) o mom biznisu, saznajte u nastavku.





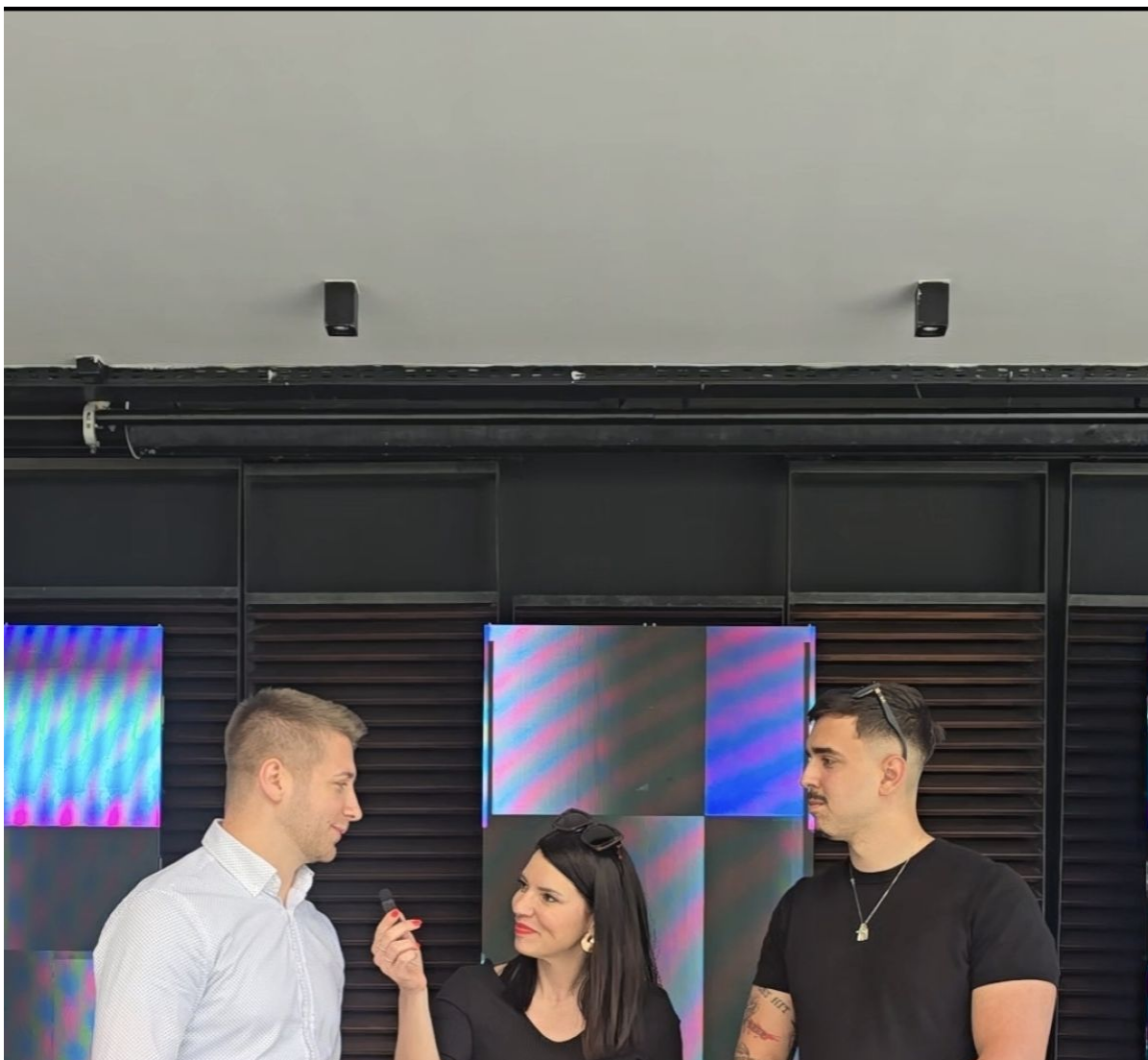
Izvor: Manager

Prvo pravilo: Brendiraj sebe, ne samo projekt

Dario Marčac, osnivač agencije **Crew** i autor viralnih kampanja koje imaju više pregleda nego što možemo zamisliti, odmah je pogodio "u sridu":

"Već si krenula u super smjeru, a to je da gradiš brend od sebe. Kad izgradiš osobni brend, onda sve drugo ide lakše – možeš promovirati i Mamager i Vell, ali ljudi će to pratiti jer prate tebe."

Dakle, nije stvar u još jednoj objavi na Instagramu s inspirativnim citatom. Stvar je u autentičnom nastupu, u tome da pričaš o onome što radiš, kako razmišljaš, što si pogriješila, što si naučila. Ljudi više ne kupuju proizvode – kupujemo ljude. Njihovu iskrenost, njihove vrijednosti, njihovu svakodnevicu.





Izvor: Mamager

Drugo pravilo: Prije nego što kreneš – istraži

[Adrian Krajcar](#), *content* kreator i genijalac s kamerom u ruci i savršenim osjećajem za trendove, poručio mi je nešto što mnogi zaboravljaju, a to je da ne smijemo zaboraviti *research*.

I morat ću se složiti. Istina je – **mi, poduzetnici, često radimo iz glave i uz svoje ideje, ali digitalni svijet** ne prašta neinformiranost. Ako ne znaš kako se tvoja publika ponaša na društvenim mrežama, promašit ćeš i najbolju poruku. Adrian me podsjetio da **dobar sadržaj nije slučajnost**, nego on je rezultat promišljenog planiranja, eksperimentiranja i stalnog praćenja onoga što rezonira.

[View this post on Instagram](#)

[A post shared by Mamager \(@mamager.hr\)](#)

Treće pravilo: Testiraj, testiraj, testiraj

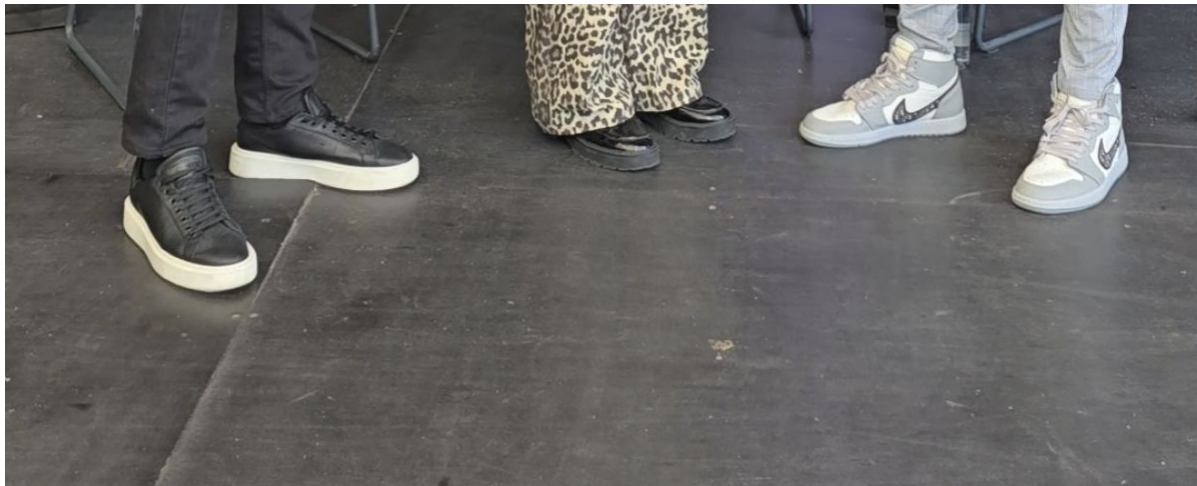
Pitanje koje me možda najviše mučilo bilo je: “*Kako uopće znati koji smjer je pravi? Kako ostati fokusiran kad si istovremeno zatrpan s tisuću digitalnih impulsa svaki dan?*”

Adrianov odgovor bio je **kratak, jasan i brutalno realan**:

“Sve je stvar testiranja. Moraš znati što ti je cilj i onda isprobavati dok ne vidiš što pali.”

I da, znam – nitko od nas nema vremena za “isprobavanje”. Ali, u digitalnom svijetu, upravo to **testiranje je jedini način da pronađeš autentični ton, publiku i format koji funkcionira**. Nema prečaca. Samo svjesno isprobavanje i prilagodba.





Izvor: Mamager

Što sam naučila?

Ponekad, najbolji savjeti dolaze od onih koji ne dijele tvoju generaciju, tvoj način poslovanja ili tvoje vrijednosti, ali znaju pričati jezikom publike. Dario i Adrian istaknuli su da **sadržaj nije samo dodatak biznisu – on je srce brenda**. I da jedino kroz autentičnost, istraživanje i konstantno prilagođavanje, moj glas – i glas mojih projekata – može postati nešto što ljudi stvarno žele čuti.

Zato, ako imate biznis i još uvijek mislite da TikTok nije za vas, da je LinkedIn dosadan ili da ljudi ne žele gledati “još jednu mamu koja priča o balansu”, **možda je vrijeme da i vi pitate *next gen* što oni misle o vašem brendu**.

I pripremite se na odgovore koji će vas prodrmati – baš onako kako treba.

Izvor naslovne fotografije: Mamager