

 [www.netokracija.com](http://www.netokracija.com)

07. travnja 09:09:04

## Marketinški strateg Mete i Mozille: 'Siguran' brend je iluzija, ne donosi sigurnost

Marin Pavelić

*AI mijenja ulogu stratega, ali ne tako da radi posao umjesto nas, nego da otkrije koliko dobro uopće razmišljamo.*



Na **Dane komunikacija** stiže **Mark Pollard**, jedan od najpoznatijih marketinških stratega koji je radio s Metom i Mozillom. Njegovo predavanje *Strategy On You* poslužit će kao pomalo **neugodno ogledalo za industriju**. Umjesto priče o najnovijim alatima, trendovima i *hackovima*, Mark se bavi onim što često pokušavamo zaobići, analizom kako razmišljamo, zašto stalno ponavljamo iste greške i **što zapravo znači raditi [dobru strategiju](#) danas**.

### Lekcije iz Mete i Mozille

Najčešća iluzija u marketinškim timovima je uvjerenje da **sigurnost na poslu dolazi građenjem "sigurnog" brenda**. Takav način razmišljanja često vodi do toga da se brend teško probija do publike i rijetko izaziva emocionalnu reakciju, a upravo to su ključni preduvjeti za uspjeh. U konačnici, **takav pristup ne štiti marketinškog stručnjaka**, nego njegov posao čini još nesigurnijim, objašnjava Mark.

Ono što ovu iluziju čini još zanimljivijom jest činjenica da nije vezana uz veličinu kompanije, **već se pojavljuje gotovo posvuda**.

Mark je radio za velike tvrtke kao što su Meta i Mozilla, a strategije tako velikih tvrtki ovise o kulturi, vodstvu i **vještinama svakog tima**. Ono što može reći iz iskustva je da većina kompanija –

bez obzira na veličinu – dijeli slične izazove, ali **često misle da su jedini s tim problemima...** a nisu, tumači:

*Veći timovi često imaju previše resursa ili je politika previše komplicirana. Mali timovi mogu imati ograničenja resursa koja ih mogu učiniti inventivnijima.*

[Da vaš brend sutra nestane, bi li ga se itko sjećao?](#)

## Nova generacija marketingaša

Mladi talenti ga vesele, a većina stratega koje poznaje je ambiciozna, kaže Mark. Ipak, dodaje kako često čuje da se mlađi stratezi žale na nedostatak vodstva i [mentorstva](#) u svojim kompanijama. Imaju volju, žele napredovati i razvijati vještine, ali se pritom susreću sa zahtjevnim [seniorima](#) ili **ljudima koji ih jednostavno ne znaju voditi.**

To nije jedini problem s kojima se susreću jer, pojavljuju se istraživanja koja upozoravaju da **prepuštanje odluka alatima umjetne inteligencije** može negativno utjecati na način razmišljanja, navodi Mark:

*Postoje i kontroverzne tvrdnje da je **mlađa generacija najmanje savjesna do sada**, dok stariji menadžeri često primjećuju manjak profesionalnosti i odgovornosti. Ako u tome ima istine, postoji rizik da ova generacija neće u potpunosti razviti svoj potencijal.*

U eri umjetne inteligencije i [automatiziranog sadržaja](#), gdje se sve više toga generira, **lako je upasti u zamku površnih odgovora** o budućnosti strategije. Mark navodi kako istraživanja o [AI-generiranim oglasima](#) sugeriraju da publiku takav sadržaj često jednostavno ne zanima previše:

*Umjesto da se industrija stalno iznova zanosi novim alatima i trendovima poput "big data", "blockchaina" ili ideje da svi moraju postati developeri, on naglašava nešto puno jednostavnije: **strategija je prije svega rad s ljudima.***

Upravo zato najveću će vrijednost imati oni stratezi koji su **istinski bliski ljudima i kulturama** kojima se obraćaju, ističe Mark.

[Šest pravila brendiranja: Kako se izdvojiti u moru AI generiranog sadržaja?](#)

## Uloga stratega svest će se na jednu bitnu sposobnost

Marin Pavelić