



08. travnja 12:04:29

Game changer mindset svuda: Prošle godine u Rovinju otkrili tko su 'izuzetno poželjni zaposlenici'

danas.hr

Gaming industrija oblikuje ponašanje korisnika, osvaja njihovu pažnju i pretvara usvajanje tehnologije u pravu borbu

Game changer mindset svuda: Prošle godine u Rovinju otkrili tko su 'izuzetno poželjni zaposlenici'

Kako smo ranije najavili, [Game Changer](#) ponovno dolazi na [Dane komunikacija](#) u rovinjski Hotel Lone, od 7. do 10. svibnja.

U ime Game Changera na panelu "F*ck Your Impressions: Here's What Actually Counts by Game Changer" sudjelovat će Game Changer partnerica **Iva Leko**. Uz nju će sudjelovati **Nikola Jovanović** (generalni direktor, Havas Media, član [IAB-a Croatia](#)), **Linda Ivanov** (regionalna direktorica za Europu, Eskimi, članica [IAB-a Croatia](#)) i **Anja Sedak Bučak** (voditeljica digitalnog marketinga, Wiener osiguranje VIG, članica [IAB-a Croatia](#)).

Tema? Što zaista vrijedi za one koji mijenjaju igru? Godinama je industrija optimizirala kampanje prema brojkama koje je bilo lako mjeriti - doseg, impresije, klikovi - iako su svi potajno znali da te brojke ne znače nužno da je itko stvarno pogledao oglas.

Foto: Game Changer

U međuvremenu, publika je postala sve glasnija u ignoriranju sadržaja. Upravo zato novi pristupi mjerenju - uključujući metrike poput APM-a (Attention Per Mille) - počinju mijenjati način na koji se kampanje planiraju, kupuju i evaluiraju, približavajući industriju nečemu što više nalikuje stvarnom ljudskom ponašanju. To također prisiljava oglašivače da preispitaju briefove, kreativu i medijske izbore: Ako pažnja postane cilj, kontekst, format i storytelling odjednom ponovno postaju važni.

Panel je na rasporedu u petak, 8. svibnja, od 13 sati, na novoj GARDEN pozornici, smještenoj na izlazu iz Hotela Lone prema plaži.

"Ovaj panel je mjesto na koje trebate usmjeriti svoju pažnju. Jer upravo je pažnja ono za što se klijenti danas bore. U sklopu panela otkrit ćemo i potkrijepiti ono što je u današnje vrijeme najvažniji fokus vaših kampanja, kako biste u šumi informacija privukli pažnju svoje publike i vama važnog pojedinca. Naši panelisti su stručnjaci koji svakodnevno analiziraju učinkovite i funkcionalne načine optimizacije kampanja. Saznajte od njih koji su segmenti ključni za autentičnu komunikaciju koja donosi željenu reakciju", otkrila je **Iva Leko**.

Foto: Game Changer

Podsjetimo, Game Changer je prošle godine na istom mjestu imao čast organizirati panel pod

nazivom "Zašto vašem poslovanju treba gamerski način razmišljanja by GAME CHANGER", uz sudjelovanje zaista inspirativnih govornika.

Na panelu se raspravljalo o tome kako gaming odavno nije rezerviran samo za klince u podrumima. Gaming industrija oblikuje ponašanje korisnika, osvaja njihovu pažnju i pretvara usvajanje tehnologije u pravu borbu. Upravo zato glavna poruka panela bila je: zaboravite "tradicionalne" načine angažiranja kupaca! Ako još ne razmišljate poput gamera, loše vam se piše, jer gaming je potpuno promijenio pravila igre kada je riječ o privlačenju publike, a sve industrije pokušavaju preuzeti njegove taktike.

Moderator panela bio je naš **Matija Vučković**, partner Game Changer platforme i član **IAB-a Croatia**. Među govornicima su se našli: **Luka Kulušić** (glavni tajnik Hrvatske e-sport federacije), **Valentina Golub** (menadžerica za korisničko iskustvo i održivost, Nestlé SEE) i **Iva Ramić Švec** (viša menadžerica za razvoj brenda, Atlantic Grupa, članica **IAB-a Croatia**).

Foto: Game Changer

Oni su okupljenima govorili stvarnim primjerima iz gaming industrije te objasnili zašto sve više kompanija ulazi u taj sektor kako bi unaprijedile svoje poslovanje.

"Ako razmišljate o ulasku u industriju igara, važno je znati da ovo nije jednokratna aktivnost. Prvo morate procijeniti odgovara li ovaj pristup vašem brendu. Postoje i aspekti koje treba izbjegavati. Na primjer, za Nestlé je naša marketinška politika prema djeci izuzetno važna - nikada nećemo razvijati igre koje su izravno usmjerene na djecu mlađu od 13 godina. Također je važno razmotriti kako će ovaj angažman doprinijeti vašem brendu: hoće li to biti samo ulaganje ili će povećati lojalnost potrošača i prodaju? Svi aspekti moraju se uzeti u obzir prije nego što se krene u dugoročnu inicijativu," poručila je tada Valentina, a s njom se složila i Iva.

"Strategija je izuzetno važna kako bi se osigurala usklađenost s ciljanom publikom, ali ponekad su dovoljni mali koraci. Na primjer, oglašavanje unutar mobilnih igara ili integracija u promotivne kampanje često mogu biti izvrstan prvi korak za dublji ulazak brenda u svijet igara - na način koji je danas izvediv za većinu brendova, budući da su svi resursi lako dostupni."

"Gejmeri i igrači e-sporta danas su izuzetno poželjni zaposlenici. Brzo se prilagođavaju novim situacijama, ne boje se učiti iz svojih pogrešaka i općenito vrlo brzo usvajaju nova znanja," zaključio je Luka.

Više o prošlogodišnjem Game Changer panelu možete čitati [ovdje](#).

Ne propustite s nama ponovno promijeniti pravila igre. Vidimo se u Rovinju!

danas.hr