



softconsulting

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Zašto su kreativne vještine važne za marketing menadžere?

“Neki slikari sunce pretvaraju u žutu mrlju. Drugi žutu mrlju pretvaraju u sunce.”

- Pablo Picasso

Primjena kreativnih vještina, pri poduzimanju suvremenih marketing aktivnosti, se podrazumijeva. Pri kreiranju dodatne vrijednosti za kupce, potrebno je da preduzeće ulaže u razvoj kreativnih vještina i njihovu primjenu za unapređenje marketing aktivnosti, sa ciljem kreiranja jedinstvenog korisničkog iskustva. Kreativnost kao marketinški alat koristi se za postizanje prepoznatljivosti brenda, stvaranje konkurentske prednosti na tržištu i ima značajan uticaj na generiranje novih tržišnih trendova.

Šta je kreativnost?

Kreativnost (lat. “*creatus*” – stvaralaštvo) je proces stvaranja novih ideja, pojmova ili rješenja problema, kao i novih poveznica između postojećih ideja ili pojmova. Kreativnost nije znanje, već sposobnost mišljenja. Podrazumijeva istezanje, mijenjanje ili čak transformaciju određenih područja. Čine je dvije komponente: inovativnost (ili novina) i vrijednost (ili svrsishodnost). Kreativnost je početni i neophodni korak u procesu nastajanja inovacije. U marketingu, kreativnost uključuje stvaranje i izvedbu jedinstvenih ideja koje na originalni način prenose poruku, omogućava da se poruka pamti, što dovodi do veće prepoznatljivosti brenda i povećanja prodaje.



Marketing menadžer vs. Kreativni direktor

Marketing menadžer upravlja analitičkim i strateškim aspektima (planira, dizajnira i koordinira) marketinških aktivnosti preduzeća odnosno ima zadatak da prepozna potencijal određenih proizvoda i usluga, osigura postizanje zadovoljstva korisnika, ali i profitabilnost poslovanja preduzeća.

Kreativni direktor je nadležan za estetske i razvojne aspekte (vizualne, reklamne ili multimedijske) marketinških aktivnosti preduzeća, nadgleda rad kreativnih (dizajnerskih i umjetničkih) timova odnosno 'sprovodi u djelo' planove koje je kreirao marketing menadžer.

Ukoliko je to kadrovski moguće realizirati u preduzeću, poželjno je razdvojiti ulogu (zadatke) i funkcije marketing menadžera i kreativnog direktora. Kada u preduzeću nije moguće postići razdvajanje zadataka marketing menadžera i kreativnog direktora, potrebno je obezbjediti kvalitetno i kreativno izvršavanje širokog spektra marketinških aktivnosti unutar jedne poslovne funkcije: marketing menadžera ili kreativnog direktora.

¹ SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba
Izvor za sliku: <https://pixabay.com/illustrations/interaction-social-media-abstract-1233873/>



softconsulting

Kreativni izazovi za marketing menadžere

Kompleksnost poslova koji se izvršavaju u marketing funkciji preduzeća zahtijeva da marketing menadžeri ovladaju ne samo sa određenim spektrom analitičko-planskih (kvantitativnih) vještina, nego i da posjeduju odgovarajuće kreativne potencijale i vještine.

Kreativne vještine su od posebnog značaja za marketing menadžere pri:

- uočavanju novih marketinških trendova
- planiranju i osmišljavanju budućih marketinških aktivnosti preduzeća
- procijeniti stepen kreativnosti ideja i rješenja
- ocjeni kreativnih vještina suradnika
- kreiranju objektivnih kriterija za procjenu kreativnosti u marketingu, itd.

U odnosu na konvencionalni marketing, čija je osnovna značajka definiranje strateških odrednica za poduzimanje marketing aktivnosti preduzeća, glavni izazov suvremenog marketinga je kreativnost pri kreiranju jedinstvenog korisničkog iskustva. Suvremeni marketing menadžeri suočavaju se sa problemom nedostatka kreativnih ideja koje su originalne i jedinstvene. Nedostatak interno kreiranih kvalitetnih kreativnih rješenja u preduzeću može se prevazići angažiranjem vanjskih kreativaca. Pri tome marketing menadžeri trebaju biti 'otvoreni' za nekonvencionalne kreativne ideje vanjskih suradnika. Vanjski kreativci mogu stvoriti rješenja koja će zadiviti kupce, jer su neopterećeni načinom na koji preduzeće trenutno izvršava vlastite marketiške aktivnosti i zadovoljava potrebe kupaca. Pri tome, marketing menadžeri mogu koristiti slijedeće kriterije za procjenu marketinških rješenja i ideja: stepen originalnosti, vrijednost ideje za kupce i preduzeće, izvodljivost ideje i način komunikacije.

Značaj kreativnosti za (digitalni) marketing

U digitalnim uvjetima, za privlačenje pažnje kupcima potrebno je da marketing menadžeri budu izuzetno kreativni. Kreativnost postaje odlučujući faktor koji utiče na marketinšku učinkovitost. Istinski kreativnim radom marketing menadžeri trebaju ne samo privući pažnju kupaca, nego i osvojiti njihova srca.

Kreativnost u marketingu zahtijeva sveobuhvatan i konitnuiran rad sa kupcima, od istraživanja tržišta do postpordajnih usluga, sa ciljem da preduzeće razumije izvore zadovoljstva kupaca, te prepozna vlastite prednosti i nedostatke, kako bi se korisničko iskustvo utkalo u cjelokupne marketinške aktivnosti preduzeća. Suvremeni marketing menadžeri posebnu pažnju trebaju posvetiti cjelokupnom korisničkom iskustvu: postupcima kupovine, mogućnostima pružanja podrške i izgradnji odnosa sa kupcima tokom vremena, što zahtijeva kreativno razmišljanje pri rješavanju nepoznatih problema na koje se pri tome može naići, s obzirom na brze i učestale promjene koje se događaju u ponašanju potrošača, tehnologiji i medijima. Sve ovo u značajnoj mjeri utiče na redefiniranje uloge i zadataka marketing menadžera odnosno značaj upotrebe kreativnih vještina u (digitalnom) marketingu.

Zaključak

Suvremeni marketing menadžeri trebaju biti sve kreativniji, inovativniji i poduzetniji u stvaranju dodatne vrijednosti za kupce, na način da angažiraju sve kreativne potencijale u preduzeću, vodeći pri tome računa o cjelokupnom korisničkom iskustvu, te koristeći podatke za donošenje odluka i mjerenje učinkovitosti marketing aktivnosti na temelju postignutih poslovnih rezultata.

Kreativnost je bila temeljna odrednica za marketinški uspjeh mnogo prije pojave interneta, ali se sa pojavom različitih digitalnih komunikacijski alata i kanala ukazala potreba da marketing menadžeri promjene vlastiti pristup kreativnosti. Kreativne vještine pomažu marketing menadžerima da sagledaju nove tržišne mogućnosti, pronađu inovativna rješenja, kreiraju jedinstvene marketinške kampanje koje su relevantne za kupce i tako pruže kupcima zanimljivo, angažirano i nezaboravno iskustvo.