

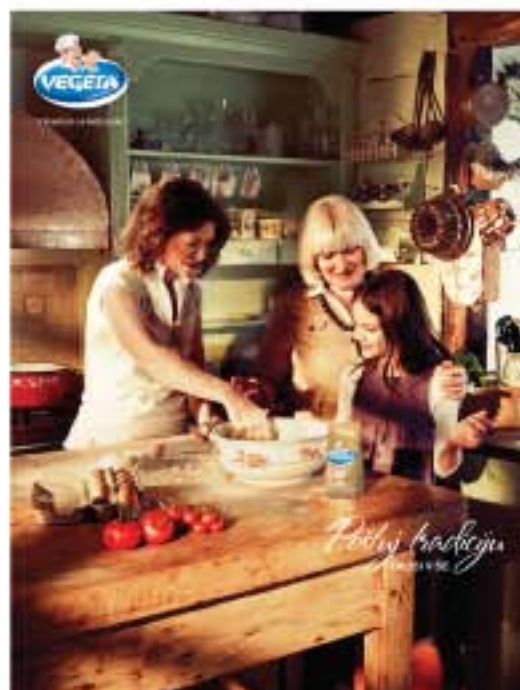
bruketa vesna zribe anita moe chris ana bernardica daniel mirel radovan tanja rukoš marija sanja izzy ivanka bu goga sandra miran ivana igor maja sanja chado dunja čep davor magdalena ana lola bela imelda neven gita thomek snješka buzz thomas martina nikola ivan zrinka tomica lana vanja željkica kristina helena sanja tanja kitica marko danijela jelena david nives ana fish tin & žinić om

Tržište

Tržišno komuniciranje u Hrvatskoj obuhvaća nekoliko segmenata, knsativu i produkciju oglašivačkih kampanja, zakup medijskog prostora, organizaciju evenata, promociju i slično. Na tržištu je prisutno oko 50 reklamnih i medijskih agencija, a tome se mogu dodati i specijalizirane agencije poput onih za branding, odnose s javnošću, istraživanje tržišta. Razvojem tržišta, odnosno novih potreba klijenata pojavom novih tehnologija i kanala komunikacije, tržište se segmentira od takozvanih full service agencija (koje svojim klijentima nude cjelovitu uslugu na području tržišnog komuniciranja), do specijaliziranih, pa u novije vrijeme i usko specijaliziranih agencija koje klijentima nude fokusirano poznavanje jednog ili nekoliko specifičnih kanala komunikacije. Sve ovo govori o izrazitom razvoju tog segmenta poslovanja, ali i snažnoj, fleksibilnoj i stalno rastućoj konkurenciji.

Rast poslovnog sektora prati i razvoj struke. Nekoliko strukovnih udruha, nacionalni festival oglašavanja, natječaji, konferencije, seminari, ali i motivirani i talentirani pojedinci, doprinijeli su implementaciji svjetskih trendova na hrvatsko oglašivačko tržište, što se dodatno potvrđuje i sve intenzivnijim prisustvom domaćih projekata na svjetskim natjecanjima i izložbama.

U takvom izrazito kompetitivnom okruženju već oko 15 godina djeluje i agencija Bruketa&Žinić^{OM}, full service reklamna agencija koja svojim klijentima nudi cjelokupnu uslugu s područja tržišnog komuniciranja. Glavna zadaća agencije je za svoje klijente stvarati efikasnu komunikaciju te graditi veze između brandova i njihovih potrošača. Poznavanje branda koji je središte komunikacije, istraživanja o stavovima potrošača i



tržišnog okruženja u kojima se brand nalazi, odnosno dobro postavljene strateški temelji, preduvjet su realizacije kreativnih rješenja koja ostvaruju željeni rezultat. Takav način rada dio je agencijske filozofije kao i činjenica da je za uspješan projekt potreban otvoren dijalog i suradnja s klijentom koji je uključuen u sve faze kreativnog procesa.

Dostignuća

Samo neki od uspješnih projekata:

U razdoblju trajanja kampanje za KIKI bombone realizacija KIKI karamela porasla je za 8,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a nova linija KIKI Garnioza je u prvom mjesecu prisutnosti osvojila gotovo 12% udjela na tržištu mekih bombona u Hrvatskoj. Nakon kampanje „Vratila se Šime“ za Podravlinu Evu, u periodu od 4. do 6. mjeseca 2007. u Hrvatskoj je prodaja Eve povećana 22% u odnosu na isti period 2006. i bila 16% veća od planirane za to razdoblje. Kampanja „Javi se“ bila je jedna od najuspješnijih kampanja koje je agencija radila za mobilnog operatera Tele2, a u tom je tromjesečju tvrtka stekla čak 60.000 korisnika više no u istom razdoblju prethodne godine te zabilježila porast prihoda. Nakon kampanje za Dukatino voćne jogurte, sir i kremu, u dvije godine Dukatino je zauzeo vodeću poziciju po volumenu na tržištu dječjih mliječnih proizvoda te se od relativno nepoznatog branda pretvorio u najomiljeniji dječji brand u kategoriji. Na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2006. na svakoj utakmici pjevala se pjesma iz reklamnog spota

„Buđenje“ za Ožujsko pivo. Branddoctorov projekt BOLD već nakon nekoliko mjeseci od lansiranja završio je u poklon-paketima na dodjeli Oscara. Nakon kampanje za Autonomnu žensku kuću Zagreb „Reci DA!“, pomoću koje se željelo osigurati sredstva za rad skloništa i savjetovašta za žene žrtve nasilja, Zagrebačka županija, nadležno ministarstvo i Grad Zagreb potpisali su ugovor o sufinanciranju AŽKZ.

Projekti agencije Bruketa&Žinić^{OM} osvojili su preko 300 međunarodnih nagrada: Epica, New York Festivals, London International Awards, Art Directors Club New York, Cresta, Clio, Red Dot, Cannes (finalist) i mnoge druge. Američki časopis I.D. proglasio je agenciju najboljom u kategoriji Graphics u 2004. godini, a u časopisu How bili su Best of Show 2006. godine. Brojni projekti objavljeni su u globalnim pregledima najbolje komunikacijske prakse (Dezeen, I.D., How, Novum, Grafik, Print Magazine, Design Evolution, Theory into Practice, Anatomy of Design Mirtka Liča, Step inside Design). Atlas of

Graphic Designers (2009.) svrstava ih među trenutno najbolje svjetske dizajnere. Ugledni američki časopis Communication Arts objavljuje reportažu o njima na deset stranica. Dezeen.com, trenutno najutjecajniji web portal o dizajnu i arhitekturi objavio je agencijski projekt Ispeci pa reći i tamo je bio najkomentiraniji ikad. Zbog brojnih nagrada predstavnike agencije sve češće pozivaju u žirije velikih svjetskih natjecanja (D&AD London, Cresta NYC, New York Festivals, Graphis, MIAF-Moskva), a prošle godine bili su prvi koji su predsjedali žirijem London International Awards iz istočne Europe. Osim toga agencija je osvojila i priznanja Poslodavac partner (2005.), tri godine za redom nominirana je za Zlatnu kunu (2006., 2007., 2008.), a 2007. bila je na drugome mjestu u istraživanju portala Moj posao: Tvrtke u kojima je najbolje raditi u kategoriji srednjih i malih tvrtki.

Povijest

Godine 1995. Davor Bruketa i Nikola Žinić osnovali su dizajnerski studio koji je svojom filozofijom i nestandardnim kreativnim rješenjima ponudio svjež i



nov pristup na tržištu. Klijenti su ubrzo prepoznali vrijednost novog pristupa komunikaciji s potrošačima, što je rezultiralo snažnim rastom tvrtke.

Godine 2004. Bruketa&Žinic^{CM} prerasta u full service reklamnu agenciju s 24 zaposlenika i godišnjim prometom od 17,5 milijuna kn. Tada su unutar agencije formirani kreativni timovi koji funkcioniraju kao manje agencije u sklopu jedne organizacije i prate klijentov brand i njegovo okruženje. Iste je godine zajedno s Anjom Bauer Mirikara i Moeom Mirikara osnovana i sestrinska kompanija Branddoctor, prva hrvatska branding agencija. U to se vrijeme u agenciji formira i Odjel produkcije koji kroz ekspertizu i organizaciju nudi podršku na projektima razvoja ambalaže ili kod upotrebe inovativnih tiskarskih tehnika. Razvojem novih tehnologija i sve većim značajem digitalnih medija nastaje i Odjel novih medija, koji se prvo formira unutar agencije, a 2009. prerasta u samostalnu kompaniju Brlog.biz.

U posljednjih 5 godina agencija je u prosjeku ostvarivala godišnji rast od 25%, a u 2008. godini ostvarila je godišnji promet od 38,4 milijuna kuna.

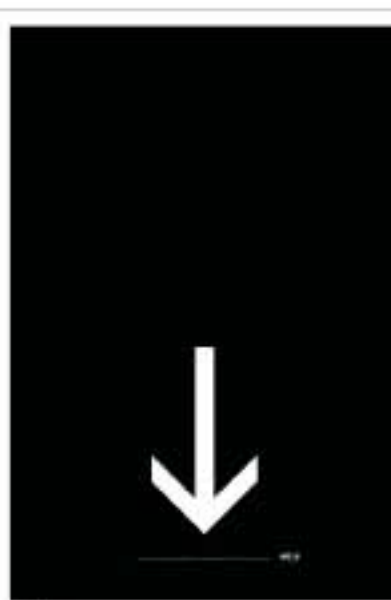
Danas agencija broji 60 zaposlenika, account managere, planere, BTL stručnjake, copywritere i dizajnere, koji rade na komunikacijskim projektima uz pomoć produkcije, računovođa i studenata na praksi s raznih strana svijeta. Kontinuirano propitivanje i implementacija najnovijih, ali relevantnih dostignuća marketinške prakse i prilagođavanje sve zahtjevnijim i složenijim potrebama tržišta i klijenata, poslovna je strategija razvoja agencije.

U 15 godina djelovanja agencija je stekla iskustvo u radu s klijentima i brandovima: Podravka (Vegeta, Eva, Dolcela, Juhe, Kola, Cooliranka, Čajevi, Podravka korporativno, Linolada, Marmelade, Džemovi...), Tele2, TDR (Rorhill, Walter Wolf, MC, Avangard), Adris, Istragrafika, Agrokor (Lesto, Juicy, Jamnica, Zvijezda, Omega), Kraš (Ki-ki, Krašotice, Zivotinjsko carstvo), EuroBev (Voćko, Smis, Eterna), Dukat (Dukalino, Sensa, Mlijeko), Pliva, Hypo Alpe-Adria-Bank, Renault Nissan, Zagrebačka pivovara (Ožupsko pivo, Beck's, Stella Artois), Atlantic (Fitroid, Melen, Plident), Privredna Banka Zagreb, RTL, Diners, Produkty Pitania, Sunčani Hvar Hotel, Maistra, iNovine, Adista, Abilia, Amis, Varteks (di caprio, FocUS), Puma Sport Hrvatska, Jegerstar, Radio 101, Motovun Film Festival, Zagreb Film Festival, Queer Zagreb, Teatar Exit, kazalište Gavella, Chivalon, Galic vina, Boškinci, Kostelac - Incanto, Dajmo da čuju, Petrova trućionica, Autonomna ženska kuća, Hladno pivo, Natali Dizdar, Cubismo, Pips Chips & Videoclips...

Proizvod

Glavni proizvod agencije efikasna je i relevantna on-line i off-line komunikacija, kojom brandovi grade veze s cilnom grupom, diferenciraju se od konkurencije, a čiji je rezultat ostvarivanje poslovnih ciljeva klijenta.

Klijentima agencija nudi usluge osmišljavanja, kreiranja i izvedbe marketinških projekata –



COPY:
At this moment, your bum is completely exposed. If it were in a sexy pair of jeans, it would attract attention all the time!



osmišljavanje komunikacijske i kreativne strategije, oglašavanje, vizualni identitet, grafički i industrijski dizajn ambalaže, interaktivna komunikacija, promocija i aktivnosti na mjestu prodaje, ali i druge oblike tržišnog komuniciranja poput brandinga, evenata i digitalne komunikacije koje Bruketa&Žinic^{CM}

ostvaruje u suradnji sa svojim sestrinskim kompanijama Branddoctor i Brlog.biz i agencijama partnerima.

Srž branda Branddoctor je stručnost, kreativnost i intuicija. Najjači branding upravo je onaj koji kao svoju osnovicu ima stručnost, ali se oslanja i na kreativnost i intuiciju. Branddoctor čine vrhunski brand konzultanti, naming konzultanti, brand implementori, analitičari tržišta i dizajneri.

Brlog.biz je digitalna agencija koja se bavi komunikacijom u novim medijima i to u vidu strategije, kreativnih rješenja, produkcije te medijskog planiranja on-line kampanja.

Iza svake komunikacije stoji metodologija rada koja obuhvaća istraživanje, analizu, kreaciju i evaluaciju.

Nedavni razvoj

Bruketa&Žinic^{CM} su 2009. godine otvorili specijalizirani BTL odjel koji klijentima nudi osmišljavanje i realizaciju marketinških aktivnosti kroz nove kanale i načine komunikacije, vodeći se filozofijom iskustvenog marketinga, nastalog iz potrebe promjena ponašanja i percepcija potrošača, ali i sve intenzivnije djelatnosti konkurencije. Odjel je usmjeren na neposredan i potpun doživljaj potrošača pri njegovu susretu s brandom. Kreativni tim osmišljava i realizira komunikaciju na prodajnom mjestu (projektiranje prodajnog mjesta, izlaganje proizvoda, promotivne akcije, BTL kampanje), direktnu komunikaciju, promocije proizvoda, co-branding i slično. Iste godine osnivaju i drugu sestrinsku tvrtku Brlog.biz. Suosnivač je Tin Kadoić, koji je ujedno i kreativni direktor Brloga.

Promocija

Radovi agencije pojavljuju se na svim relevantnijim izložbama hrvatskog dizajna i tržišnog komuniciranja, kao i na mnogim izložbama diljem svijeta od kojih su nedavne njihova velika samostalna izložba u Beogradu

(2009.), zatim izložbe u Pack Design galeriji u Parizu (2008.), u Sheila C. Johnson dizajn centru u New Yorku kojeg je organizirao časopis ID (2008.), zatim International Poster Biennale in Mexico (2008.) i IDCN u Japanu (2007.).

Posljednje dvije godine agencija je pokrenula interaktivni projekt www.etanbiizic.com, internet stranicu za razmjenu neželjenih božićnih poklona kojom se za sada mogu služiti prijatelji i poslovni partneri agencije, s idejom da svaki božićni poklon zaslužuje zadovoljnog vlasnika. Svako Božića na taj se način razmijeni velika količina neobičnih božićnih poklona, što izaziva i veliku pažnju medija i šire javnosti.

Od 2009. godine agencija suorganizira i PechaKucha Night Zagreb kroz svoj projekt Resadnik, kojemu je cilj poticanje kreativnog načina mišljenja i djelovanja i oživljavanje urbane kulture.

Vrijednosti robne marke

Agencija Bruketa&Žinic^{CM} najnagrađivanija je reklamna agencija u regiji. U njoj radi velik broj kreativaca iz raznih dijelova svijeta koji uz pomoć account managera, planera i produkcije stoje iza mnogih uspješnih i efikasnih komunikacijskih rješenja, te jednako učinkovito rade na većim, kao i na manjim projektima. Agencija je u hrvatskom vlasništvu i jedna je u Hrvatskoj čiji su vlasnici ujedno i kreativci.

www.bruketa-zinic.com

JESTE LI ZNALI...

Bruketa&Žinic^{CM}

- Beogradsku izložbu agencije pogledalo je 3.000 ljudi i popratilo 5 nacionalnih televizija.
- Pjesmu iz reklamnog spota "Buderije" za Ožupsko pivo na nogometnoj utakmici Hrvatska-Brazil na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2006. pjevao je 20.000 ljudi.
- U agenciji osim šezdesetak ljudi svakodnevno borave 4 psa i 1 riba, svakodnevno se popije 40 čaša prirodno iscjedenog soka i odigra po nekoliko rundi stolnog nogometa, a u agencijskom kreativnom nudniku ima 10 nudarskih kaciga.
- Agencija je osmislila kuharicu za Podravku koja se mora speći prije upotrebe, godišnje izvješće Adris grupe s 3.000 različitih naslovnica, na svakoj od kojih je po jedan njezin zaposlenik školski godišnjak u obliku prave pernice za 5. gimnaziju, event za Pumu u zoološkom vrtu, Zagrebački Dom HDLU (džamiju) i fontanu ispred pretvorili su u veliku lonac i tanjur juhe za Podravkin event (suradnici: Katapult promocija).

