

Kofein



**MORANA
MIKULANDRA**

KREATIVNA DIREKTORICA AGENCIJE KOFEIN

Kreativna rješenja po mjeri

PIŠE > ANA GRUDEN / FOTOGRAFIJE > MATEJA VRČKOVIĆ

U samo godinu i pol agencija simpatičnog naziva Kofein prerasla je u ozbiljnu marketinšku agenciju sa 17 zaposlenih te su uvršteni u 25 najboljih marketinških agencija u regiji. Jedna od najzaslužnijih osoba za uspjeh ove uspješne tvrtke svakako je njihova kreativna direktorica Morana Mikulandra.

Još za vrijeme studentskih dana Morana je stjecala iskustvo u velikim marketinškim agencijama poput Publicisa i agencije Saatchi & Saatchi, nakon čega se na neko vrijeme upustila u poduzetničke vode i vodila agenciju za marketing i produkciju te magistrirala na Studiju dizajna na Arhitektonskom fakultetu. Prije nešto više od godinu i pol zajedno s vlasnikom Tomislavom Krajačićem krenula je u stvaranje kreativne reklamne agencije Kofein.

Z Najprije vas moram pitati – odakle zanimljivo ime Kofein?

Mikulandra: Bilo je svakakvih ideja i smjerova. Znao da u Hrvatskoj postoji mnogo propisa i za najmanju stvar, tako da smo dugo donosili odluku oko imena. Agencija je počela s radom, tražili smo zaposlenike, formirali neki svoj sustav, a još uvijek smo bili neodlučni kako je nazvati. Na kraju je ime Kofein proizašlo iz vizije nečega što vitalizira cijelu situaciju u zemlji, koja je učmala, ustajala ili, najbolje rečeno, monotona. Imamo viziju agencije kao nečega novoga, nečega što daje energiju, polet, budi brend, tržište, marketing. To bi bila pozadina imena. Moram naglasiti da kofein u ovom slučaju nema veze s kavom nego je riječ o učinku koji taj sastojak daje organizmu.

Naša je prednost to što imamo viziju, mladenačku strast i želju da budemo među top agencijama u Hrvatskoj. Pozitivan smo spoj iskustva i mladenačkog entuzijazma.

Bez obzira na svoju menadžersku poziciju, i dalje vjerujem u tezu da je u životu važno imati „zanat“ u rukama



Z Vi ste unutar agencije zaslužni za kreativnu, dakle za bazu djelovanja tvrtke.

Mikulandra: S obzirom na to da je Kofein i dalje u fazi sistematizacije, u ovom nam je trenutku teško odvojiti tko je za što zadužen. Mogu reći da sam zadužena za kreativnu, ali i za operativno funkcioniranje agencije.

Mi smo prije svega marketinška kreativna agencija. Imamo jak kreativni odjel i jak DTP odjel, dakle podršku u BTL-u i ATL-u. Imamo i svoje vanjske suradnike, i što se tiče savjetovanja, poslovnog i marketinškog planiranja i produkcije. No prije svega smo kreativna agencija. Definitivno smo se usmjerili na jaku i kvalitetnu kreativnu i operativnu podršku. No ne želim prognozirati u što će se Kofein pretvoriti. Nismo mogli predvidjeti ni ovo što se dogodilo u godinu i pol dana otkad agencija postoji.

Z Koje su važne kampanje i klijenti s kojima radite?

Mikulandra: Naši veliki klijenti, kojima dajemo najveću BTL i ATL podršku, svakako su DM i METRO Cash & Carry. Uz

to, naravno, imamo i manje zastupljene, ali jednako važne klijente, kao što su AZ fond, Paulaner Hrvatska, Printera grupa, Ministarstvo kulture, Sandoz, Servier Pharma, Renault, Nissan, Daikin i drugi. Hrvatska poštanska banka također je naš važan klijent i kod njih smo osvojili natječaj za kampanju za karticu za mlade. Tu smo zapravo postigli uspjeh s reklamom u kojoj glumi Hrvoje Kečkeš, a koja je postigla odličan prijem kod gledatelja, ali i donijela konkretne prodajne rezultate. Sa svih smo strana dobili informacije da je to jedna od najboljih reklama na našem tržištu unatrag nekoliko godina. Na ovogodišnjem Weekend Media Festivalu ušli smo u 25 najboljih agencija u regiji. Taj certifikat za nas znači nepredviden uspjeh. Nakon toga smo za Hrvatsku poštansku banku radili još neka sveobuhvatna rješenja, poput onoga za proizvod štednje. Trenutačno smo u aktivaciji TV kampanje sa svojim klijentom METRO Cash & Carry. Oni su prvi put u Hrvatskoj, i na ovim prostorima, odlučili izaći na televiziju. Njih pratimo od početka kroz BTL segment i potičemo ih da prošire komunikaciju svog brenda na konkretnoj razini. Kao što možete primijetiti, u vrlo kratkom vremenu mnogo toga nam se događa.

Z Po čemu se Kofein razlikuje od drugih agencija?

Mikulandra: Danas je vrijeme u kojem klijent traži rješenja „krojena po mjeri“. Ono što je naš benefit jest to da unutar Kofeina rade ljudi koju su tesali svoje zanate u svim poslovnim područjima: od samog funkcioniranja poslovanja, preko kreativne, dizajna, marketinga, marketinške strategije i dr. To su ljudi koji su više od deset godina u struci. Smatram da je naša prednost to što imamo viziju, mladenačku strast i želju da budemo među top agencijama u Hrvatskoj. Pozitivan smo spoj iskustva i mladenačkog entuzijazma. Vjerujem da svojim klijentima možemo pružiti odličnu podršku.

Z Gdje se vidite za deset godina?

Mikulandra: Svakako se vidim unutar kreativne, ne možda toliko u izvršnom dijelu koliko u funkciji koju trenutačno obnašam. Dakle, više u menadžmentu nego u samoj kreativni. Jednako tako, kao dizajnerica po struci, i dalje vjerujem u tezu da je u životu važno imati „zanat“ u rukama.