

»ZLATI LIKALNIK OVREDNOTI DELO STROKOVNJAKOV NA TRGU«

#Tina Guček

Zlati likalniki, nagrade, ki jih v okviru konference DIGGIT od leta 2018 podeljujemo posameznikom za njihove dosežke v slovenskem digitalnem prostoru, so postali pomembna referenca, kar potrjujejo tudi njihovi prejemniki, s katerimi smo se pogovarjali.

»Zakaj zlati likalnik? Ker je likanje oz. tajkanje z razvojem družbenih medijev postalo eno od najpogostejših človekovih opravil. Likamo na vsakem koraku, ob vsakem delu dneva. Likanje je postalo simbol novih medčloveških odnosov. Zato je prav, da temu pomembnemu opravilu damo zaslužen pozornost,« smo na MM-u zapisali takrat. In pojasnili še, da je zlati likalnik priznanje za pomembne dosežke na področju digitalnih komunikacij v Sloveniji. Zasluži si ga nekdo, ki digitalno tehnologijo razume kot učinkovit pripomoček in orodje pri kreativni rešitvi. Hkrati pa ne prezre tudi njenih pomanjkljivosti.

Vsa ta leta je zvesti podpornik zlatega likalnika Zavarovalnica Generali. »V Zavarovalnici Generali verjamemo, da se prihodnost gradi tukaj in zdaj. Z dejanja, ki odražajo odgovornost, pogum in vizijo. Zato z veseljem podpiramo nagrado zlati likalnik, saj nagradjuje posameznike, ki s svojo digitalno ustvarjalnostjo že danes oblikujejo boljši jutri,« pravi **Svetlana Almaš**, direktorica marketinga in odnosov z javnostmi v Zavarovalnici Generali.

NIKOLI ZGOLJ KANAL, TEMVEČ PROSTOR INOVACIJ

Do danes so nagrado prejeli **Matevž Klanjšek** (2018), **Simon Cetin** (2019), **Milena Jakovljevič** (2022), **Timotej Gala** (2023), **Živa Deu** (2024) in **Jerneja Faletič** (2025). Z nekaterimi od njih smo se tudi pogovarjali in obudili nekaj spominov.



Ko se spominja »začetkov digitala«, **Simon Cetin**, partner in ustanovitelj družbe iPRO, poudari, da »digital nikoli ni bil zgolj kanal. Bil je prostor inovacij, kjer ni bilo treba čakati dovoljenja za spremembo. Tukaj sem, ker me zanimajo sistemi vpliva, ne samo trenutne kampanje. In ker digital danes ni več marketing, ampak vodstvo, strategija in tempo podjetja,« pravi in doda, da je bil digitalni marketing takrat morda še obljuba, danes

pa je temelj. »Ne gre več za to, kako nekaj oglašujemo, ampak kako mislimo, merimo, odločamo in rastemo. Z umetno inteligenco postaja digital končno to, kar smo nekateri verjeli že pred 20 leti. Operativna moč podjetij in organizacij,« je še povedal za MM.

PROSTOR, KJER LAHKO IDEJE EKSPLODIRAJO



Kot pravi **Milena Jakovljevič**, glavna kreativna direktorica v DROM agency, je njeno profesionalno pot v digitalnem marketingu vedno poganjala radovednost. »Digital je prostor, kjer lahko ideje eksplodirajo čez meje kanalov, formatov in trgov. In ko enkrat občutiš to moč, te ne izpusti. Še vedno verjamem vanj – ne zgolj kot taktični skupek orodij, ampak kot v prostor, kjer se zgodijo resnični premiki v kulturi, obnašanju in zaznavanju blagovnih znamk,« pravi in hkrati poudari, da je digital danes povsem druga »žival« kot nekoč. »Z UI se odpirajo nova poglavja – včasih malce strašljiva, drugič osupljivo kreativna. Ampak če UI uporabljaš kot sopotnika in ne kot pilota, potem verjamem, da imamo pred seboj najbolj razburljivo obdobje. Zlati likalnik vrata vsekakor odpre bolj na široko. Da ti dodatno platformo, glas in kredibilnost v trenutku, ko jo najbolj potrebuješ, ko se kariera vzpenja. In v tej industriji, kjer je hitrost vse, je to lahko razlika med tem, ali te opazijo – ali pa ostaneš neopažen,« še pravi Milena Jakovljevič.

ZLATI LIKALNIK OVREDNOTI DELO STROKOVNJAKOV

Timotej Gala je na digitalnem področju začel delovati pred 25 leti, skupaj z ekipo takratnega Httpool in trgov pa so gradili celotni ekosistem digitalnega marketinga, ki je zdaj glavni kanal za komuniciranje in prodajo. »Danes je živeti s tem in graditi naprej precej enostavno in hkrati neizbežno. Razvoj tehnoloških rešitev z UI na čelu dodaja dodaten sloj kompleksnosti in zahteva predvsem širše in multidisciplinarno razu-



mevanje ekonomije, poslovnih modelov, komunikacijskih kanalov in trgov, obnašanja kupcev itd. To je zdaj glavni izziv za vse nas. Zlati likalnik pa ovrednoti delo strokovnjakov na trgu in njihov prispevek, na kar gledam zelo pozitivno in s spoštovanjem,« pravi.

NIKOLI DOKONČANA ZGODBA

Živa Deu, vodja digitalne strategije v Atlantic Grupi, pravi, da digitalni marketing zanjo nikoli ni bil samo služba, ampak prostor, kjer se srečajo ideje, kreativnost, tehnologija in podatki. »Digital mi je blizu zato, ker ni nikoli dokončan. Vsak dan te izzove. Če ga znaš uporabiti kot del resne marketinške strategije, potem je to danes eden od najmočnejših kanalov, kar jih imaš. In tu mi vsekakor pomaga, da sva praktično skupaj zrasla in se zelo dobro poznavata,« pravi.

Pove še, da je bil zlati likalnik zanjo potrditev truda celotne ekipe. »In morda še bolj: dokaz, da lahko z Argeto delamo preboje tudi na digitalnem področju. Kar pa zares šteje, je dejstvo, da je nagrada okrepila zupanje znotraj podjetja. Ko prejmeš obe nagradi za digitalno osebnost v Sloveniji, dobi tvoj glas več teže, ker si dokazal, da rezultati niso naključje. In zaupanje je dragocena valuta. Zlasti v času UI in za znamke, ki želijo zmagovati tudi v prihodnosti,«



Foto: Klemen Razinger

Foto: Sandi Fiser/mediaspeed.net