

Vodeći u tiskanim reklamama zahvaljujući upornosti, hrabrosti i poduzetnosti

kol 31, 2024.



Preuzimanjem vođenja tvrtke s dvadeset godina nakon očeve smrti, kada su se miješali osjećaji i svakodnevni poslovni izazovi, stvorena je uspješna poduzetnička priča koju nam je ispričao direktor Toni Klemen.

Od pojave prvog tiskarskog stroja u 15. stoljeću pa sve do danas, tiskani reklamni materijali ostali su prisutni i fleksibilno se prilagođavaju tržišnim potrebama, što ukazuje na njihovu važnost u svakodnevnom životu i dugovječnost ove poslovne grane. Upoznali smo poslovanje tvrtke Reklama Media d.o.o. sa sjedištem u Đakovu, na čelu s direktorom Tonijem Klemenom, te smo iz prve ruke saznali više o ovoj grani poslovanja i vođenju jedne takve tvrtke, gdje je na čelu mladi poduzetnik.

Povijest tvrtke

Još uvijek stariji stanovnici Đakova tvrtku Reklama Media nazivaju „Neon Reklam“, što nije čudno s obzirom na to da je tvrtka od 1992. godine poslovala pod tim imenom, a 2012. godine prelazi iz obrta u d.o.o.

“Godine 1992. moj otac Damir osnovao je obrt „Neon Reklam“, čime je započeo posao u tiskanim reklamama. Definitivno smo postali najpoznatiji po svjetlećim reklamama. Đakovčani se sigurno sjećaju tada najveće svjetleće reklame na „Mimozi“, gdje je bio postavljen logo „Đakovštine d.d.“. Kako su godine prolazile, postali smo sve prepoznatljiviji u sektoru izrade i montaže raznih vrsta reklama. Zbog povećanog opsega posla, 2012. godine transformirali smo se iz obrta u d.o.o., kada smo i promijenili ime u „Reklama Media d.o.o.“.

Preuzimanje tvrtke i odgovornosti “preko noći”

Samo dvije godine nakon osnivanja tvrtke “Reklama Media d.o.o.”, tada dvadesetogodišnji Toni morao je preuzeti vođenje i upravljanje tvrtke zbog očeve smrti.

“Nakon očeve smrti doslovno sam preko noći morao preuzeti vođenje i upravljanje tvrtke. Emocionalno sam morao biti stabilan jer smo u kućanstvu ostali majka Mirta, mlađi brat Nikola i ja, a svi smo na neki način ovisili o tvrtki. Budući da sam već imao iskustva u izradi i montaži reklamnih materijala koje smo tada nudili, suočavanje s budućim projektima nije me plašilo. Najveći izazov bila je moja mladost; stariji poduzetnici možda me nisu smatrali ozbiljnim zbog mojih godina, no u svoju stručnost i kvalitetu nikada nisam sumnjao.”

Danas su lider u tiskanim reklamama

„Reklama Media d.o.o.” danas nudi cjelokupnu uslugu – od ideje do realizacije reklame. Nude tisak velikog formata koji se koristi na vozilima, jumbo plakatima, unutaršnjim i vanjskim objektima, a bave se i izradom svjetlećih reklama te ostalim tiskanim reklamnim materijalima. Zahvaljujući društvenim mrežama, moguće je pratiti njihove reklamne projekte i aktivnosti.

“Danas je „Reklama Media” izrasla u jednog od lidera u proizvodnji reklamnih materijala u istočnom dijelu Hrvatske. Svake godine ulažemo u modernizaciju printera kako bismo išli u korak s konkurencijom i zahtjevima klijenata. Naš je fokus uvijek bio na kvaliteti, što je rezultiralo povećanom potražnjom. Danas zapošljavamo sedam osoba i naš je cilj održati kvalitetu te svake godine nastaviti rasti.”

Odustajanje i odlazak nikad nisu bili opcija

Početak vođenja i upravljanja tvrtkom zasigurno nije bio obećavajući, no Toni nam kaže da odustajanje i odlazak nikad nisu bili opcija.

“Na početku, s dvadeset godina, nisam dobivao velike poslove jer me nisu smatrali ozbiljnim, no bez obzira na to, nikad nisam želio odustati. Radio sam gotovo svakodnevno, od 7 ujutro do 23 sata, kako bih osigurao stabilnost tvrtke. A odlazak iz Đakova, odnosno Hrvatske? To bi bilo najlakše učiniti, ali nikad mi to nije bila opcija. Osjećao bih se poraženo jer bi tada svi ti prekovremeni sati bili uzaludni, a oni su sve samo ne bezvrijedni jer sam kroz njih gradio kvalitetu.”

Zainteresiranost mladih za ovu vrstu posla

Slavonija, kao i cijela Hrvatska, suočava se s manjkom radne snage i demografskim padom, no kako mladi gledaju na tiskane reklame i vide li se u toj industriji?

“Bez obzira na lošu demografsku sliku našeg kraja, primijetio sam da se mladi sve više odlučuju za pokretanje vlastitih poslova. Ono što je zanimljivo jest da im je vizualni identitet, poput logotipa i brendinga, izuzetno bitan, što nije uvijek bio slučaj kod starijih poduzetnika. U životu sve gledam kroz pozitivnu prizmu, pa tako sada u obitelji imamo i novog člana, mog sina, i nadam se da ću stvoriti čvrste temelje kako bi i on mogao jednog dana nastaviti ovim putem.”

Članak je objavljen uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa za poticanje novinarske izvrsnosti.

Autor: Adam Kajba

Naslovna fotografija članka: Goinfoweb d.o.o.