

„Realchoice“ – kreativnost i ideje tri zaljubljenika u biznis



Sve je počelo velikom željom i vizijom tri mlada zaljubljenika u biznis i jasnom porukom „uspećemo“. U oktobru 2016, Stefan, Jovan i Miloš rešili su da ujedine snage i zaplivaju dubokim i do tada nepoznatim preduzetničkim vodama. Osnovani su „Realchoice“ - agenciju za marketing i konsalting i danas mogu da se pohvale „ozbiljnom“ bazom klijenata iz različitih sektora od vlasnika restorana i prodavnica brze hrane, preko turističkih agencija, autoprevoznika i medicinskih ustanova do velikih novinskih agencija, ministarstva i institucija.

Osnivači i „prva postava“ tima „Realchoice“ su Stefan Ćupurdija - marketing menadžer sa dugogodišnjim iskustvom rada sa globalnim i

najvećim domaćim kompanijama (Epson, Kingston, Microsoft, Carlsberg, Reckitt – Benckiser, Lukoil, Carnex...), Jovan Mijević - SEO ekspert i momak koji dvadeset sati dnevno prati krive i prave linije Google analitike, kako bi shvatio i unapredio trendove na domaćem, ali i američkom i azijskom tržištu. Često radi po istočnopacifičkoj vremenskoj zoni, što znači da je online u ranim jutarnjim ili kasnim večernjim satima. Miloš Gigić, treći član tima, zaljubljenik u fotografiju, video-produkciju i montažu, koji hrabro preuzima „all in one” obavezu da u isto vreme bude i producent, režiser, fotograf, snimatelj, čak i montažer.

Osim prve trojke „Realchoice“ okuplja i veliki tim „podizvođača” - grafičkih i web dizajnera, programera i analitičara, štampara i oglašivača, promotera i hostesa koje angažujemo po potrebi tako da klijentima pružamo kompletnu uslugu, odnosno 360 kampanja, objašnjava Stefan Ćupurdija.

„Miks iskustva u svakoj marketing aktivnosti omogućava nam da kreiramo i implementiramo zajedno sa klijentima strategije i dugoročne aktivnosti, a iskustvo rada sa velikim kompanijama pružilo nam je znanje da se bavimo i biznis konsaltingom koji obuhvata analizu tržišta i navika potrošača radi unapređenja prodaje, optimizovanje troškova kompanije, pomoć u menadžmentu i upravljanju ljudskim resursima“, rekao je Ćupurdija.

Uz opasku da najbolji način da predvidiš budućnost jeste da je kreiraš, Stefan ističe da su tri glavna pitanja od kojih kreću u biznisu - kako privući i zadržati pažnju, kako biti drugačiji i originalan i kako se izboriti sa konkurencijom na tržištu?

„To su pitanja koja svako u našoj liniji posla konstantno dobija od klijenata, uz čuveno 'nemamo budžeta'. Svesni toga fokusirani smo na kreiranje kampanja koje su profitabilne, odnosno gde nakon kampanje

klijent ima pozitivan povratak uloženog (Return of Investment), naveo je Ćupurdija.

Naravno, osim lepog i apsolutno shvatljivog dela posla, gde se, kako Stefan ističe, radosno „brejnstorminguje” po desetak sati dnevno, kako bi iznedrili najefikasnija rešenja, potom radi sa dizajnerima do duboko u noć crtajući oglasne poruke i spremajući prezentacije, naišl su i na drugi deo posla koji nije bio nimalo lak. Pravni okviri, legislativa, administracija i knjigovodstvo – potpune nepoznanice za ekipu koja je radila kod drugih, platu dobijala početkom ili sredinom meseca, bonuse na kraju, i nije imala dodira sa „papirologijom”. U tom segmentu naišli su na veliku podršku Privredne komore Srbije.

„Povezali smo se sa Privrednom komorom Srbije gde smo uspeali da razumemo na koji način funkcionišu pravni i administrativni okviri jedne kompanije. Takođe, česti smo gosti na konferencijama i panelima a pogotovo onima koji se tiču omladinskog preduzetništva. Upoznali smo i povezali se sa velikim brojem mladih ambicioznih ljudi. Zbog svega toga, smatramo da je saradnja sa Komorom „must have” svakog biznisa“, završio je Stefan uspešnu priču „Realchoice”.