



KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE

Koprivnica, 03. travnja 2017. godine

## PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

### **Lino.eu web stranica proglašena najboljom na ovogodišnjim Danima komunikacija**

*Podravkina web stranica [www.lino.eu](http://www.lino.eu), nastala u suradnji s digitalnom agencijom Web.Burza, osvojila je nagradu MIXX u kategoriji "Website"*

Na ovogodišnjim Danima komunikacija, nacionalnom festivalu tržišnih komunikacija, Podravkina web stranica [www.lino.eu](http://www.lino.eu) zauzela je prvo mjesto, osvojivši MIXX nagradu u kategoriji „Website“. Nastala je u suradnji s digitalnom agencijom [Web.Burza](http://Web.Burza).

Inovacija je u samom temelju ove online platforme koja se sastoji od tri tematski različita weba i obraća različitim ciljnim skupinama: **Lino Baby** kao edukativno odredište za roditelje djece od 0-3 godine života, **Lino Kids** - gaming platforma za nešto stariju djecu i njihove roditelje te **Čokolnologija** - audiovizualna oda Čokolinu.

*„Lino web stranica nastala je kao rezultat dubinskog promišljanja o ponašanju naših korisnika, njihovim željama i interesima, a inovativne tehnologije korištene u njenom stvaranju i daljnjem razvoju omogućavaju stvaranje nezaboravnog Lino iskustva. Ova nagrada potvrđuje da je inovativnost naša snažna konkurentna prednost, kako u razvoju novih proizvoda i poslovnih modela, tako i unaprijeđenju naših komunikacijskih platformi“,* izjavila je **Marinka Akrap**, direktorica Korporativnih i marketinških komunikacija Podravke.

### **Korištenje napredne tehnologije, zadržavajući Lino duh**

Pametni filtri na katalogu proizvoda olakšavaju pronalaženje željenog asortimana, dinamična i vizualno atraktivna naslovnica weba omogućava bržu navigaciju kroz tematske cjeline, a sudjelovanje u aktivnostima na Lino webu registriranim korisnicima omogućava dobivanje nagrada te bolje pozicioniranje na rang listama.

Kvalitetu web stranice prepoznali su mnogobrojni korisnici. Njih čak 546.000 aktivno je na Lino web stranicama, što je porast od 178% u odnosu na razdoblje prije lansiranja weba. Broj mobile korisnika povećao se za 280%, dok su Lino Kids igrice i kvizovi odigrani čak 350.000 puta.

Stranica je napravljena u Responsive Web Design tehnologiji čime je omogućena potpuna prilagodba sadržaja uređaju na kojem se pregledava, bez obzira radi li se o pametnom telefonu ili računalnom monitoru.

U finale MIXX-a ušla su još dva Podravkina projekta – [Podravka Facebook](#) u kategoriji „Best Social“ te [Kvikifunpedia](#) u kategoriji „Best Branded Content“.