



Ekonomija

Glas Slavonije

OSJEK | REGIJA | HRVATSKA | CRNA KRONIKA | EKONOMIJA | SPORT | MAGAZIN | OGLASNIK |

SVE RUBRIKE



DANI KOMUNIKACIJA U ROVINJU

O tri stupa digitalne prisutnosti brenda na **Danima komunikacija**

Najčitanije iz rubrike



Objavljeno prije 2 h i 37 min

Na **Dane komunikacija** stiže i Alexandra Wheeler, koja će posjetiteljima otkriti kako je Starbucks postao broj jedan brend na društvenim mrežama

Zagreb, ožujak 2017. – Web stranica s očaravajućom pričom i inspirativnim dizajnom predstavlja jezgru prisutnosti u digitalnom svijetu. Slijede je društvene mreže, čijom strateškom uporabom nadalje gradimo ljubav prema brendu. Tu su za tim ostali akteri digitalnog svijeta, poznatiji kao influenceri, koji svojim utjecajem mogu dodatno pjačati odnos povjerenja između brendova i njihovih korisnika. Za vrijeme u snalaženju konferencije veličine, digitalni ekosustav weba, društvenih mreža i influencerstva, održat će se vrhunski predavanje na temu digitalnog marketinga Starbucks-a, brenda broj jedan na društvenim mrežama. Alexandra Wheeler

Predavanje **Dana komunikacija** s vrhunskim vježnjom za digitalne stručnjake i ujedno jednim od najpoznatijih primjera najbolje digitalne prakse je i točno bio četvrti predsjednik odsjeka digitalnog marketinga Starbucks-a, brenda broj jedan na društvenim mrežama. Alexandra Wheeler

AGROglas
dvotjednik za poljoprivredu

ratarstvo
stočarstvo
mehanizacija
zaštita bilja vrt
voćarstvo vinogradarstvo
www.agroglas.hr



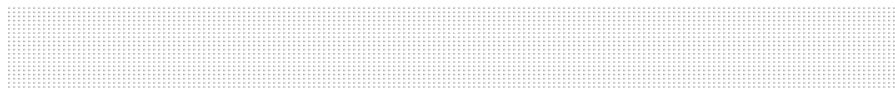


pokazat će kako je sudjelovala u izgradnji odnosa korisnika s ovim svjetski poznatim brendom daleko izvan četiri zida trgovina, kroz strateško promišljanje i svakodnevni doživljaj brenda u digitalnom svijetu.

U razdoblju kada se online prisutnost brenda izjednačava s prisutnošću na društvenim mrežama, kreativni direktor agencije MediaMonks iz Londona Jon Biggs vraća nas osnovama kroz novi pristup web stranicama. Integriranjem najnovijih dosega u digitalnom dizajnu s ponosno prilagođenom pričom o brendu web platforme vraćaju se na velika vrata kako bi potvrdile svoj doprinos digitalnoj strategiji kompanije.

Uz vlastite kanale, brend može koristiti društvene mreže i blogove utjecajnih pojedinaca kako bi komunicirao sa svojim korisnicima. Pri tome je važno da se radi o autentičnom komuniciranju koje zbilja ima utjecaj na korisnike. Philip Brown iz londonske agencije Come Round specijaliziran je za osmišljavanje, razvoj i izvještavanje kod strategija s influencerima, a posjetiteljima predavanja na **Danima komunikacija** pokazat će kako ostvariti suradnju koja ima moć mijenjanja mišljenja i ponašanja ljubitelja brenda.

Festival **Dani komunikacija** održat će se od 30. ožujka do 2. travnja u hotelu Lone u Rovinju. Organizatori festivala pripremili su još mnogo predavanja i sadržaja posvećenih digitalnoj sferi, a sve informacije o predavačima, popratnim sadržajima i kotizacijama za festival dostupne su na službenim stranicama www.danikomunikacija.com.



Možda ste propustili...



U dva mjeseca
Srbija izvezla 12 tisuća
tona malina



VALUTNA TRŽIŠTA
Dolar oslabio četvrti
dan zaredom



ISTRAŽIVANJE ERSTE GROUPA
Gospodarstva u regiji
SIE brzo rastu, prijeti li
im pregrijavanje?

[Marketing](#) | [Preplata](#) | [Impressum](#)

[Uvjeti korištenja](#) | [Pravila prenošenja sadržaja](#) | [Pravila komentiranja](#)

[Slavonski radio](#) | [Agroglas](#) | [Lov i ribolov](#)

 **glas** slavonije d.d.

Copyright © Glas Slavonije. Sva prava pridržana.