



## Ekonomija

Glas Slavonije

OSIJEK | 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 Danima komunikacija stiže i Alexandra Wheeler, koja će posjetiteljima otkriti kako je Starbucks postao broj jedan 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 zatim ostali akteri digitalnog svijeta, poznatiji kao influenceri, koji svojom utjecajem mogu dodatno pojačati odnos povjerenja između brendova i njihovih korisnika. Za uspjeh u snalaženju krećemo se kroz digitalni ekosustav weba, društvenih mreža i influencera. Sve se vrhunski događa kroz nekoliko diskusija i radionica ovogodišnjih Danima komunikacija.

Predavanje Dana komunikacija održat će se u Zagrebu za digitalne stručnjake i jednim od najpoznatijih primjera digitalnog marketinga, Starbucks, brenda broj jedan na društvenim mrežama. Alexandra Wheeler

**AGROglas**  
dvojednik za poljoprivredu

ratarstvo  
stocarstvo  
mehanizacija  
zaštita bilja vrt  
voćarstvo vinogradarstvo  
[www.agroglas.hr](http://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 dosegâ u digitalnom dizajnu s pomno 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?

Traži

Marketing | Pretplata | Impressum

Ujeti korištenja | Pravila prenošenja sadržaja | Pravila komentiranja

Slavonski radio | Agroglas | Lov i ribolov



Copyright © Glas Slavonije. Sva prava pridržana.