

BHS ENG  

Media Marketing



LAZAR DŽAMIĆ ADVERTISING PAGE KULTNI TEKSTOVI O TEORIJI ODVRATAJZINGA



0



PODIJELI

0



SVIDA MI SE

24 SATA: ZA **DANE KOMUNIKACIJA** PRIJAVLJENO 227 RADOVA; GOLDEN DRUM OBJAVIO PREDSEDNIKA PRVOG ŽIRIJA; HUB:RAUM I NOKIA, UZ PODRŠKU HRVATSKOG TELEKOMA, POKREĆU PROGRAM ZA STARTUPE IZ KOMUNIKACIJSKE INDUSTRIJE; KONFERENCIJA KONVERZIJA U BANJA LUCI...

P R I J E 4 2 S A M A N U T A

U organizaciji digital marketing agencija Seo.ba i Grape, u Banja Luci će



7. i 8. aprila biti održana regionalna e-business konferencija Konverzija

This article is also available in: [English](#)

Priredio: Adnan Arnautlija

NA OVOGODIŠNJI DANIMA KOMUNIKACIJA UKUPNO 227 RADOVA ĆE SE BORITI ZA PRIZNANJE STRUKE

Na natjecanju za najučinkovitije agencije i oglašivače **Effie** borit će se sveukupno 51 projekt. U natjecanju kreativnosti **IdejaX** prijavljena su 73 projekta, pri čemu će ove godine još više agencija biti nagrađeno za svoje ideje i ostvarenja budući da su od ove godine organizatori uključili i zlatne, srebrne i brončane IdejeX kao kategorije nagrada. Natjecanje **MIXX**, u kojemu se dodjeljuju nagrade za najbolje digitalne projekte, alate i platforme, bilježi porast od 5 prijava i 3 agencije više nego prošle godine, sa sveukupno 84 prijave. **Young Lions Croatia** nagrađuje timove najboljih mladih nada agencija, koji u roku od 24 sata moraju kreirati kampanje u kategorijama Cyber, Design i PR. Za natjecanje je prijavljeno 19 dvočlanih timova koji će u izolaciji od svojih starijih suradnika i klijenata pokazati da budućnost industrije leži u dobrim rukama.

Nagrade za sva četiri natjecanja bit će dodijeljene u sklopu **Dana komunikacija**, koji se održavaju od 30. ožujka do 2. travnja u hotelu Lone, u Rovinju.

24. GOLDEN DRUM: BRUNO BERTELLI PREDSEDAVA ŽIRIJEM U BEST PIECE IZBORU



Predsjednik žirija u Best Piece kategoriji 24. Golden Drum festivala bit će **Bruno Bertelli**, Globalni kreativni direktor za *Publicis Worldwide*. Bruno je jedan od dva najnagrađivanija italijanska kreativca koji se okitio brojnim najprestižnijim međunarodnim nagradama, uključujući 41 kanskog lava, 9 zlatnih kanskih lavova, jedan Grand Clio i jedan Grand Prix na New York Festivals. Bruno predstavlja globalni kreativni odbor i klijente *Publicis Worldwide*-a, koji uključuju *Renault*, *Nestlé* i *Heineken*.

Best Piece žiri prepoznaje i nagrađuje kreativnu izvrsnost u pojedinačnim izvedbama kampanja u filmu, štampi, radiju, digitalu, mobilnim uređajima, direktnom oglašavanju i out-of-home.

HUB:RAUM I NOKIA, UZ POTPORU HRVATSKOG TELEKOMA, POKREĆU NOVI PROGRAM ZA STARTUP TVRTKE U KOMUNIKACIJSKOJ INDUSTRIJI



WARP FUTURE COMMUNICATION

by

NOKIA

hub:raum

powered by **T..**

Dva globalna lidera u području integriranih telekomunikacijskih usluga i tehnologija budućnosti pozivaju startup tvrtke diljem Europe na sudjelovanje u novom programu: *WARP Future Communication*. Glavni cilj programa je razvoj inovativnih komunikacijskih usluga kojima će se olakšati život korisnicima *Deutsche Telekom Grupe* i *Nokije*. Kao najveći hrvatski startup akcelerator koji snažno vjeruje u potencijal ove inicijative, *Hrvatski Telekom* će podržati sve zainteresirane startupe kako bi mogli pokazati svoje autentične poslovne vještine u natjecanju.

Program *WARP Future Communication* osmišljen je za *startup* tvrtke koje mogu donijeti inovacije u komunikacijske usluge i povezana područja, kao što su prepoznavanje govora, roditeljski nadzor, umjetna inteligencija (AI), slanje i primanje glasovnih poruka i digitalni život, te općenito obogatiti iskustvo glasovne komunikacije i videokomunikacije. Program pruža *startup* tvrtkama sve alate i resurse neophodne za razvoj, širenje i komercijalizaciju vlastitih usluga, kako s tehničkog tako i s poslovnog aspekta. *WARP Future Communication* pruža "trokut snage" koji proizlazi iz suradnje s Nokijom, koja nudi tehničku platformu, *Deutsche Telekomom*, koji nudi distribucijski kanal, i sa *startup* akceleratorom *hub:raum*, koji osigurava znanja i iskustva te alate neophodne za izgradnju, razvoj i komercijalizaciju proizvoda. U Hrvatskoj podršku projektu daje *Hrvatski Telekom*.

Zainteresirane *startup* tvrtke mogu se prijaviti na warpaccelerator.com/apply do 30. travnja 2017. godine.

PREDAVANJA VRHUNSKIH E-BUSINESS STRUČNJAKA U BANJALUCI 7. I 8. APRILA



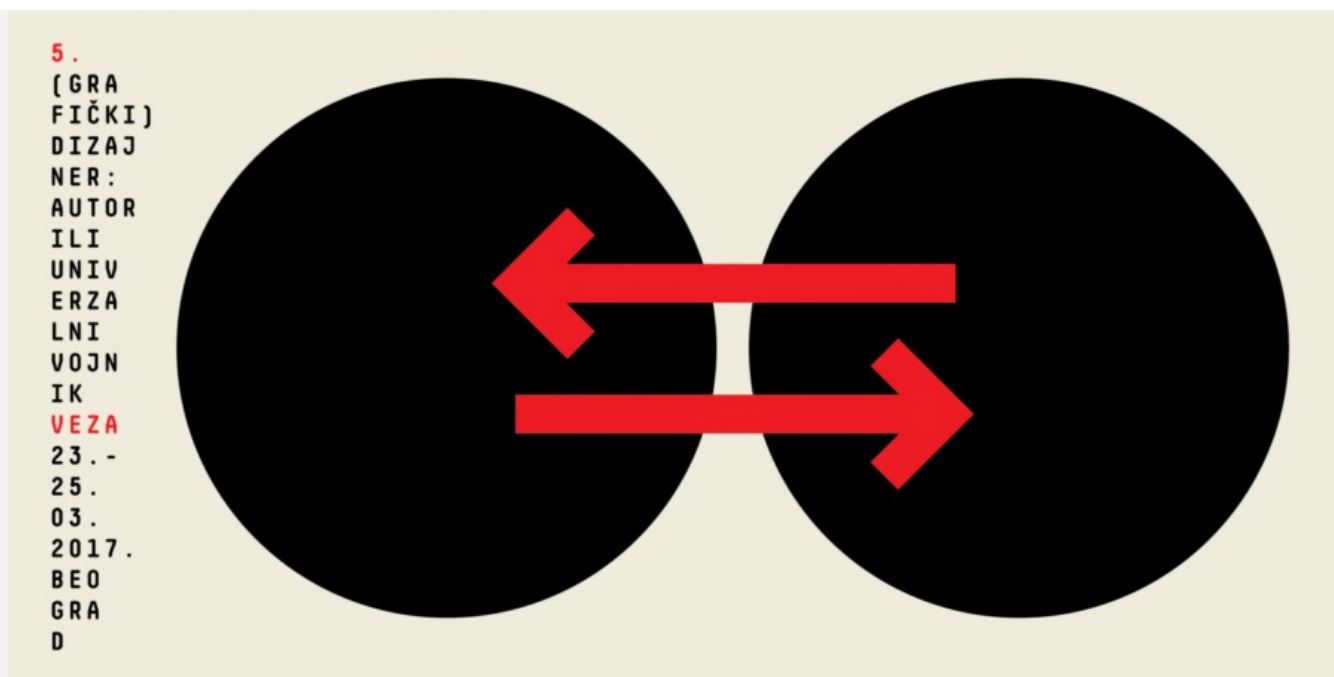
U organizaciji digital marketing agencija *Seo.ba* i *Grape*, u Banjaluci će 7. i 8. aprila biti održana regionalna e-business konferencija *Konverzija* koja će okupiti više od 20 regionalnih stručnjaka iz oblasti online marketinga, odnosa s javnošću i digitalnih medija.

Posjetioci će imati priliku slušati predavanja o značaju digitalnog marketinga za online prodaju (konverziju) i unaprjeđenje raznih e-business modela, čuti savjete o tome kako povećati online prodaju, kako izrežirati viralnu priču, zatim o značaju psihologije u digitalnom marketingu, SEO budućnosti te dobiti konkretne savjete o provjerenim strategijama za uspješno vođenje digitalnih projekata i rješavanje kriznih situacija.

Za sve učesnike organizovan je prevoz iz Sarajeva, Zagreba i Beograda, a prijaviti se možete [ovdje](#).

Više o konferenciji, predavačima, temama i terminima predavanja možete saznati na www.konverzija.org

5. MEĐUNARODNA KONFERENCIJA (GRAFIČKI) DIZAJNER: AUTOR ILI UNIVERZALNI VOJNIK?



U Beogradu se održava peto izdanje međunarodne konferencije (*GRAFIČKI*) *DIZAJNER: AUTOR ILI UNIVERZALNI VOJNIK?*, ovog puta s temom *Veza*. Program je koncipiran kao četverodnevna serija predavanja, diskusija, radionica i izložbi renomiranih autora, dizajnera i teoretičara, a projekt je prvenstveno namijenjen studentima umjetničkih fakulteta i fakulteta za dizajn iz regije, ali i mladim profesionalcima i široj publici. Konferencija se završava sutra.

Tema konferencije definirana je pojmom *Veza*, koju organizatori ovako argumentiraju:

Hiperlinkani, digitalno povezani, 'ofejsbučeni' i lajkani, jesmo li zaista povezani? Ili smo radije – kao autori i kao globalno dezorijentirani pojedinci – zatvoreni u svoje male, izolirane svjetove. U zbunjujućem post-poretku, koji veliča individualnost dok istovremeno apsorpira sve kritičke akcije i rasplinjuje bunt, jesmo li u stanju gledati šire od svog studija, svoje učionice, ateljea – svoje male kutije? Stjerani u singularne točke, umijemo li graditi nove mreže i bolje zajednice? Imamo li pameti i hrabrosti da se istinski povežemo – oči u oči?

TAKE TO RUNNING – OSMO PLAKTIVAT NATJECANJE U DIZAJNU GRADSKOG PLAKATA



Slovenački *TAM-TAM* u saradnji sa *Olimpijskim odborom Slovenije*, tj. Udruženjem sportskih saveza, objavili su osmo *PLAKTIVAT* konkurs za dizajniranje gradskog bilbord plakata.

Tema konkursa je *Take to Running* (Prihvati se trčanja), a cilj je inspirisati ljude koji ne učestvuju u sportskim aktivnostima da postanu aktivni i da odu u prirodu planinariti i trčati, u cilju unapređenja svog blagostanja i zdravlja.

Organizatori pozivaju sve kreativce (pojedince, agencije, pravna lica...) da dostave svoje plakate na temu do 7. aprila 2017. godine, u ponoć. Više informacija o natječaju dostupno je na tam-tam.si/slo/plaktivat

AT&T I VERIZON POVLAČE OGLASE SA GOOGLE-A ZBOG NEPRIMJERENOG PLASMANA OGLASA

Google-ove nevolje sa [neprikladnim pozicioniranjem oglasa i sigurnošću brendova](#) prešle su Atlantik, pa tako sada i *AT&T* i *Verizon* najavljuju da će povući oglašavanje s *YouTube*-a.

Brojni veliki globalni brendovi, uključujući *L'Oreal*, *Audi*, *Volkswagen* i *HSBC*, povukli su oglašavanje nakon što je londonski *Times* u izvještaju utvrdio da neki poznati brendovi nehotice pomažu finansiranje terorističke propagande i pornografije na *YouTube*-u. Brendovi sa sjedištem u Velikoj Britaniji, uključujući i *Guardian*, *BBC*, *Channel 4* i *Sainsbury*, također su odlučili da prekinu oglašavanje na ovoj platformi. Osim toga, oglasi vlade Velike Britanije i londonske uprave za saobraćaj također su se pojavljivali uz sadržaje s govorom mržnje,



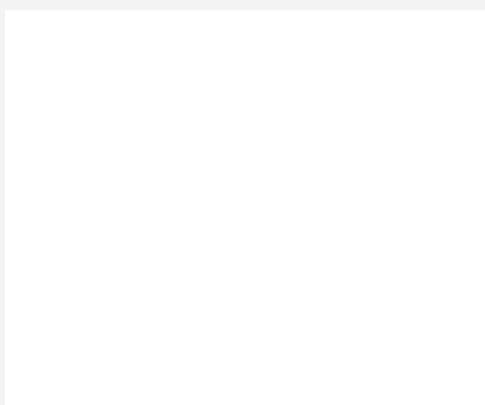
pravdateljima silovanja i antisemitskim sadržajem.

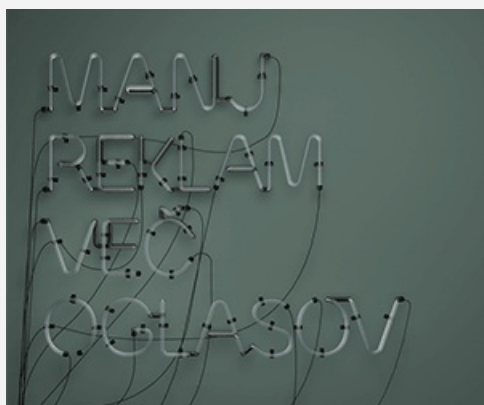
Sada su i dva telekom diva u SAD-u odlučila suspendirati oglašavanje na *Google*-u, osim u pretragama. Prema pisanju *The Wall Street Journal*-a, to znači da AT&T, na primjer, ne samo da će ukloniti reklame s *YouTube*-a, već i sa preko 2 miliona stranica treće strane koji su dio oglašivačke mreže *Google*-a.

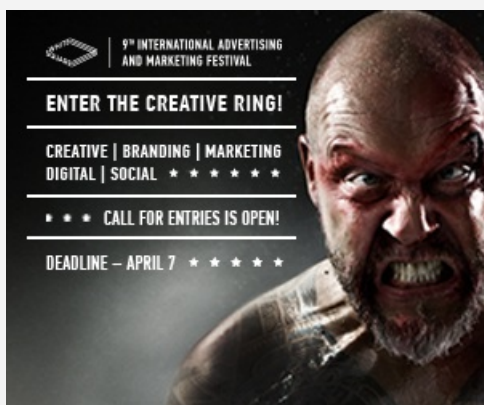
I AT&T i Verizon su među najvećim oglašivačima u SAD-u. Prema podacima *Kantar Media*, AT&T je 2015. godine u SAD-u potrošila oko 1.84 milijardi USD na oglašavanje, što je čini drugim najvećim oglašivačem u ovoj zemlji.

O Z D A N I / G O L D / H U B / K O N F E R / N O K I I J A A K C

 Bosnian ▼







S E D M I C A M J E S E C S V E V R I J



24 sata: Pragma komunikacije najuspješnija PR agencija u Hrvatskoj; Direct Mediji priznanje za Virtualnog Teslu; Stojan Pelko novi potpredsjednik Golden Druma; SOF Young Lions...



Miša Lukić (3): U Parizu su me prozvali Tito!

Bruketa&žinić OM postigli dogovor s WPP-om



Media Marketing

Svaki dan nastojimo pažljivo odabrati bitne vijesti iz svijeta komunikacija i održati Vaš poslovni duh svježim.



NEWSLETTER