

Drugi dan festivala Dani komunikacija otvorio je voditelj kontroverzne kampanje Donalda J. Trumpa

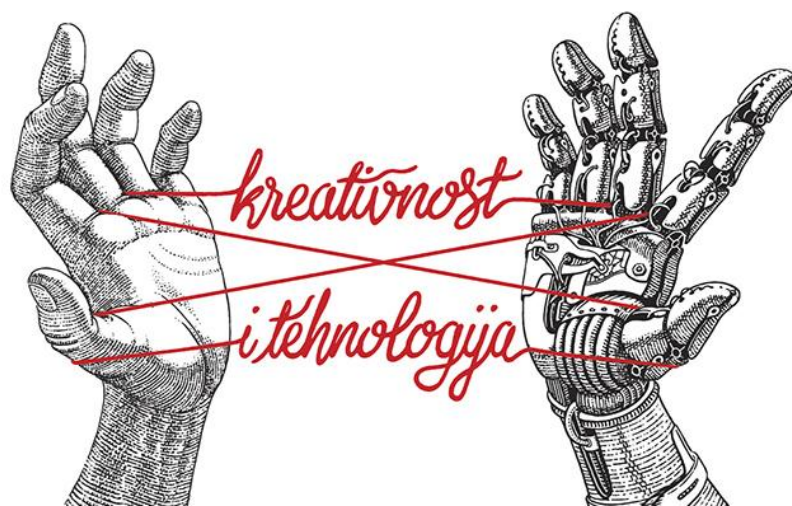
Brad Parscale govorio je o važnosti podataka dobivenih digitalnim kanalima te izjavio kako su u kampanji kreirali 5.9 milijuna različitih verzija oglasa i uz pomoć machine learninga dolazili do novih saznanja o biračima.

Rovinj, 13. travnja 2018. – Na Danima komunikacija u Rovinju, stručnjacima iz komunikacijske industrije, govorio je ni manje ni više nego **Brad Parscale, voditelj kampanje američkog predsjednika Donalda J. Trumpa**. Kontroverzna kampanja koja se vodila 2016. godine još uvijek je predmet žustrih rasprava, a potaknula je brojne dileme o korištenju osobnih podataka koji su oglašivačima dostupne putem društvenih mreža, osobito Facebooka. Za vrijeme predsjedničkih izbora 2016. godine Parscale je bio direktor za digitalne medije, a na temelju ostvarenih rezultata na izborima, nedavno je unaprijeđen u voditelja cjelokupne kampanje.

Parscale je u Rovinju održao predavanje pod nazivom **“The Future Of Data-Driven Advertising”** u kojem je **govorio o mogućnostima koje se pružaju s vještim upravljanjem podacima**, a za koje smatra da su presudile o pobjedi na američkim predsjedničkom izborima.

Parscale je otkrio kako su **vještim segmentiranjem oglasa uspjeli utjecati na odluku neodlučnih birača** i privući njihove glasove koji su bili ključni za pobjedu na izborima. Istaknuo je kako su *real time data i social response* putem digitalnih kanala omogućili formiranje političkih poruka na način kako nikada prije to nije učinjeno ni u jednoj kampanji.

Parscale je istaknuo kako je **pogrešno da odvojeni timovi rade na kreiranju sadržaja i prikupljanju podataka te definiranju ciljnih skupina. Nužna je suradnja i donošenje odluka na temelju dobivenih podataka**. Parscale je ispričao kako su podatke dobivene digitalnim putem davali kreativcima da stvore sadržaj te ga plasirali korisnicima i bilježili reakcije. Napomenuo je kako su u kampanji kreirali 5.9 milijuna različitih verzija oglasa. Sav sadržaj unosili su u bazu te **uz pomoć machine learninga dolazili do novih saznanja koja su koristila kreativnom timu**, konstantno su učili što su više mogli.



Naveo je kako je predsjednička kampanja koju je vodio posebna po tome što je komunikacija bila bazirana na digitalnim kanalima, tj. prikupljenim podacima putem digitalnih kanala te da je na temelju toga upravljano komunikacijom u svim ostalim segmentima.

Nakon predavanja, predsjednik Uprave HURA-e Davor Bruketa, na pozornici je imao ekskluzivni intervju, jedan na jedan, s Brad Parscaleom, postavljao mu je pitanja koja su zanimala sve u prostoriji, od medija do digitalnih stručnjaka, te potom naveo:

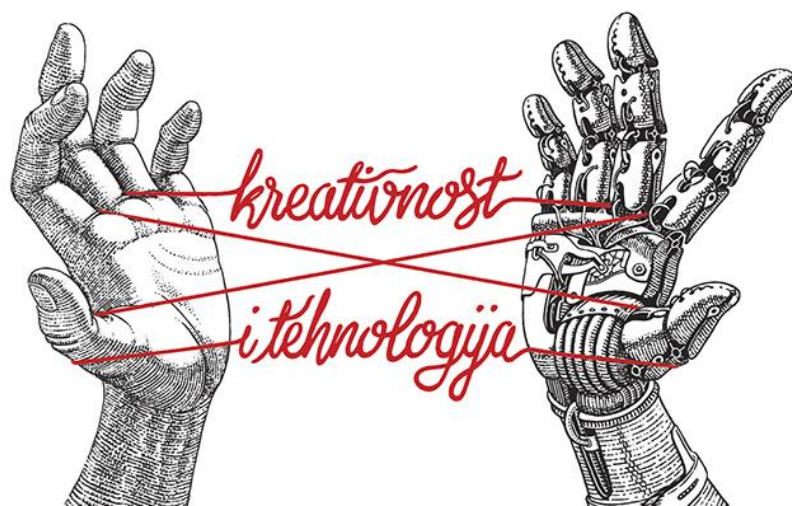
„Vjerujem da smo dobili odgovore na pitanja koja su nas sve zanimala. Mnogi se zapravo pitaju zašto smo odabrali tako kontroverznog predavača poput Parscalea, razlog je u tome što su Dani komunikacija festival na kojima se predstavljaju aktualne svjetske prakse iz komunikacijske industrije. Cilj nam je kolegama omogućiti da diskutiraju i postavljaju pitanja pojedincima koji kreiraju globalne trendove, slagali se s njima ili ne, ne možemo zanemariti činjenicu koliki je njihov utjecaj na industriju.“

„S gotovo 20 godina iskustva u strategijama digitalnih medija, Brad Parscale danas je predsjednik tvrtke Parscale Strategy koja se bavi političkim consultingom i digitalnim medijima za Fortune 500 najvećih američkih korporacija.“ istaknula je direktorica Dana komunikacija i direktorica programa festivala, Dunja Ivana Ballon te nastavila: „Smatramo da je veliki uspjeh omogućiti kolegama diskusiju sa svjetskim liderima koji diktiraju trendove naše industrije, stoga sam ponosna na ovogodišnji sastav govornika Dana komunikacija koji je zasigurno najjači do sada.“

Za više informacija o Danima komunikacija posjetite službene stranice festivala www.danikomunikacija.com

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje je vodeće strukovno udruženje u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članovi HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge



DANI KOMUNIKACIJA

12.–15. travnja 2018.
hotel Lone, Rovinj
www.danikomunikacija.com

ORGANIZATORI:

hura! **iab.** croatia



druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik Cannes Lions i Effie Worldwide organizacija za Hrvatsku. Više o HURA-i na www.hura.hr.

IAB Hrvatska:

IAB Hrvatska je neprofitna udruga posvećena interaktivnom marketingu, osnovana s ciljem da stimuliranjem i usmjeravanjem industrije potpomogne razvitak interaktivnih marketinških komunikacija u Hrvatskoj. IAB Hrvatska je zamišljen kao forum profesionalca interaktivnog marketinga, s ciljem razvoja tržišta interaktivnog marketinga na način da kontinuirano dokazuje njegovu efikasnost, promovira ga i štiti, te to čini udruživanjem industrije, kreiranjem standarda, istraživanjima, savjetovanjem i edukacijom, kako industrije u cijelosti, tako i njezinih članova. IAB Hrvatska je osnivač Europske udruge IAB Europe i dio globalne mreže IAB udruga.

Za dodatne informacije na raspolaganju vam je:

Kristina Gotovac, PR Senior
Komunikacijski laboratorij d.o.o.
Gradišćanska 36, 10 000 Zagreb
+385 97 7830 573
kristina.gotovac@komunikacijskilaboratorij.com

