

OBJAVA ZA MEDIJE - za objavljivanje odmah

Većina zna kako pripremiti dobar sadržaj, ali manjka u izvedbi pamtljivih i opojnih prezentacija

Radionice na temu prezentacijskih vještina, te marketinške metrike i medijskog planiranja Sama Moorthya, Roberat Shawa i Rajne Cuculić, najavljene su za jesenski početak HURA-ine HOWtoWOW akademije

Zagreb, 17. srpnja 2012. – HURA (Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje) koja organizira drugu po redu HOWtoWOW akademiju, predstavila je tri vrhunska predavača koji će voditi radionice u 2012. godini. HOWtoWOW akademija obuhvaća seriju od sedam specijaliziranih stručnih radionica za marketinške stručnjake, koje će se održavati svakog petog u mjesecu od rujna 2012. do ožujka 2013. godine.

Prvu radionicu zakazanu za 5. rujna s temom **Prezentacijske vještine**, vodit će profesionalni konzultant i trener **Sam Moorthy**, koji u Zagreb dolazi već drugi put zbog velikog interesa za njegovim treninzima. Tom prigodom izjavio je: „Prezentiranje je u poslu isto što i razgovor u običnom svijetu. Ova prihvaćena komunikacijska metoda način je dijeljenja misli i prijedloga, nešto što uprava procjenjuje prije odobrenja, jednostavan način informiranja ili brz način sažimanja rezultata poslovne godine. Postoje dva aspekta odlične prezentacije – sadržaj i izvedba. Većina zna kako pripremiti dobar sadržaj, ali manjka u izvedbi pamtljivih i opojnih prezentacija. Upravo to će biti fokus moje radionice.“

Robert Shaw, predavač druge akademije na temu **Marketinška metrika**, koja je na rasporedu 5. listopada, osim što je poznat kao istaknuti trener, priznati je pisac i autor knjiga poput 'Marketing Accountability' (1997, FT Reports), 'Improving Marketing Effectiveness' (1999, Economist Books) 'Marketing Payback' i drugih. Osim toga, osnivač je think-tank modela za uvid u poslovanje. U Hrvatsku dolazi govoriti o strukturiranju marketinških modela, planiranju i raspodjeli marketinških budžeta, odabiru komunikacijskih kanala i drugome, a njegova je radionica iznimno interaktivna i zahtjeva korištenje osobnog računala.

Medijsko planiranje je glavna aktivnost u oglašavačkoj industriji zbog potrošnje velike količine novca, a dobar medijski plan omogućit će oglašivaču da postigne komunikacijske ciljeve i istovremeno izbjegne nepotrebnu potrošnju novca, vremena i truda, smatra **Rajna Cuculić**, predavačica treće po redu radionice koja će se održati 5. studenog. Rad s najvećim globalnim oglašivačima i medijskim stručnjacima omogućuje joj da aktivno sudjeluje u napretku hrvatskog i regionalnog oglašavanja u segmentu strateškog medijskog planiranja te je stoga upućena u svjetske trendove, ali i domaću situaciju, što je iznimno bitno za ovu lokaliziranu radionicu.

Svi zainteresirani više informacija mogu saznati na stranicama HURA-e tj. HOWtoWOW projekta – www.hura.hr/how-to-wow.

Kontakt za medije:

HURA – Hrvatsko udruženje agencija za tržišno komuniciranje, Dunja Ivana Togonal, Izvršna direktorica projekta, M: 091/3000 688, E: dunja.togonal@hura.hr ili h2w@hura.hr