



O novim pristupima oglašavanju na Danima komunikacija

11.03.2015 www.jatrgovac.hr
Rubrika Potrošački radar



Sudionici ovogodišnjih Dana komunikacija, središnjeg nacionalnog festivala oglašavanja, od 16. do 19. travnja u Rovinju imat će priliku slušati vrhunske predavače koji pomiču granice oglašavanja i njeguju nove pristupe komunikaciji brendova s potrošačima.

Kvalitetu njihovih predavanja potvrdili su sudionici ovogodišnjih festivala Eurobest 2014 i Dubai Lynx 2015 iz Cannes Lions festivalskog portfelja koji su ih istaknuli kao jedne od najboljih, a organizatori Dana komunikacija ih po prvi puta dovode u Hrvatsku.

Guy Abrahams, jedan od “deset najboljih medijskih mislilaca” prema britanskom magazinu Campaign i globalni direktor strateškog planiranja u agenciji ZenithOptimedia, na Danima komunikacija će govoriti o specifičnosti odnosa millennialsa prema brendovima i kako njihov novi način potrage za srećom ima duboke implikacije za brend marketing.

Abrahams smatra kako tradicionalni oblici kreativnog komuniciranja nisu uspješni kad je riječ o novoj generaciji, stoga je novi pristup pri stvaranju smislenih i uspješnih korisničkih iskustava sve potrebniji.

Posebna pozornost na predavanju pod nazivom “The Pursuit of Happiness” posvetit će se “vještini” pružanje sreće i tome kako je brendovi mogu usavršiti koristeći najnovije tehnologije.

“You only need 48 hours to solve a brief” naziv je provokativnog predavanja koje će održati Abraham Asefaw i Maksimilian Kallhed, suosnivači The Pop Up Agency, agencije koja želi promijeniti način na koji funkcionira oglašavačka industrija.

Njihova revolucionarna Pop up metoda uklanja sve suvišne strukture i procese te, oglašivačima koji su za to otvoreni, omogućava direktnu suradnju s agencijom u sklopu koje odabiru najbolje koncepte i strategije u samo 48 sati.

Evidencijski broj / Article ID: [15524944](#)
Vrsta novine / Frequency: [Dnevna](#)
Zemlja porijekla / Country of origin: [Hrvatska](#)
Rubrika / Section:



Cilj im je inspirirati agencije i klijente za nove načine rada i suradnje te ih ohrabriti za novi pristup industriji. Na predavanju će predstaviti dio Pop Up metode i izložiti koje se tajne kriju iza koncepta 48 sati.

Alison Jackson, pionirka fenomena suvremene celebrity kulture, održat će predavanje “Seeing is deceiving: Art in marketing and guerilla branded content”.

Alison istražuje kult poznatih ličnosti, voajerizam, snagu i zavodljivu prirodu fotografije te našu potrebu da joj vjerujemo. U svojim djelima stvara scenarije koje smo svi zamišljali, ali nikada nismo vidjeli – vruće slike koje mediji ne mogu dobiti.

Na predavanju će otvoriti pitanja koja nastaju zbog njenih slika, fotografija dvojnika poznatih koje su postale popularne koliko i fotografije stvarnih poznatih ličnosti. Možemo li vjerovati u ono što vidimo na ekranima, slikama i internetu?