



O novim pristupima oglašavanju na Danima komunikacija

Datum: 13.03.2015.



Guy Abrahams će govoriti o specifičnosti odnosa millennialsa prema brendovima, Abraham Asefaw i Maksimilian Kallhed tvrde „You only need 48 hours to solve a brief“, Alison Jackson istražuje kult ličnosti, voajerizam, snagu i zavodljivu prirodu fotografije

Foto: Alison Jackson

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

Evidencijski broj / Article ID: 15531305
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



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. 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?

Sve dodatne informacije o festivalu možete pronaći na: www.danikomunikacija.com.

Kotizacije i smještaj:

Zbog iznimno velikog broja sudionika koji su prošle godine Dane komunikacija prepoznali kao idealno mjesto za razmjenu iskustva i povezivanje unutar industrije, ove su godine organizatori osigurali povoljnije cijene kotizacija i smještaja. Za članove HURA-e, IAB-a i HUOJ-a te klijente agencije HURA cijena kotizacije za sudjelovanje na festivalu uz 3 noćenja u luksuznom hotelu Lone iznosi 2,295.00 kuna. U ponudi su i paketi 5+2 i 10+5 kotizacija uz 20% popusta na smještaj u hotelu Lone**. Svi zainteresirani sudionici koji se odluče na smještaj u hotelu Lone ostvarit će značajan popust na cijene kotizacija. Ove godine po prvi puta studenti do 26. godina dobivaju besplatnu kotizaciju uz predočenje indexa ili x-ice. Za više informacija o programu, kotizacijama i smještaju posjetite: www.danikomunikacija.com.*

**odnosi se na smještaj u dvokrevetnoj sobi*

*** odnosi se na tri noćenja u dvokrevetnoj sobi*