



Zašto svi pričaju o native advertisingu?

Posted on 07/08/2015 by Profitiraj.hr press



Osmi Weekend Media Festival ove će nam jeseni otkriti tajnu jednog od buzzworda godine, *native advertisinga*. O čemu se točno radi saznat ćemo od 24. do 27. rujna u prostoru stare tvornice duhana u Rovinju gdje će i ove godine Weekend okupiti vrhunske svjetske stručnjake iz područja marketinga, medija i odnosa s javnošću koji će govoriti o aktualnim i zanimljivim temama. „U doba izobilja sadržaja vrijede malo drugačija ekonomska pravila. Sadržaj postaje onoliko bitan koliko ima značenja, te koliko vrijednog iskustva donosi. Sadržaj i iskustvo koje nudi Weekend Media Festival pokriva vjerojatno najzbudljiviji dio ekonomije danas. Kroz program, govornike i radionice nastojimo pojasniti teme i trendove koje očekujemo u budućnosti te približiti nove poslovne modele koji su već tu, ali još ih možda nismo do kraja usvojili ili nam nisu posve jasni, rekao je direktor programa festivala **Nikola Vrdoljak**.

Kao jedna od gorućih tema o kojoj ćemo čuti više na ovogodišnjem Weekendu izdvaja se *native advertising*. Radi se o vrlo učinkovitom obliku oglašavanja koji tekstove u potpunosti prilagođava formi i funkciji medija u kojem se pojavljuju. Sadržaj se u potpunosti i na prirodan način stapa s medijem putem kojeg je plasiran, pobuđujući istovremeno pažnju čitatelja i promatrača te potičući njihovu daljnju aktivnost u obliku komentiranja i dijeljenja sadržaja. O ovoj će aktualnoj temi govoriti više predavača među kojima su i **Jana Savić Rastovac**, kreativna direktorica agencije McCann Beograd te **Brian Morrissey**, predsjednik Digidaya, poznate američke medijske kompanije.

Ovogodišnji Weekend dotaknut će se i drugih vrućih tema kao što su *programmatic*, o kojem će nam više reći **Caspar Schlickum**, izvršni direktor tvrtke Xaxis EMEA. **Ana Andelić** iz njujorške agencije Havas LuxHub govorit će o novim poslovnim modelima u medijima i marketingu na tromedi biznisa, kreativnosti i tehnologije, a **Scott Thwaites**, partner menadžer EMEA u Twitteru, objasnit će kako brendovi i marketinški stručnjaci mogu iskoristiti moć sadašnjeg trenutka.

Osim predavanja i panel rasprava, Weekend i ove godine nastavlja s **dodjelom SoMo Borac nagrada**, koje nagrađuju najbolje projekte iz digitalne sfere. Natječaj je otvoren za radove agencija, tvrtki ili pojedinaca nastale u Hrvatskoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Srbiji, Makedoniji i Crnoj Gori, a moguće ih je prijaviti na <http://somoborac.com>. Weekend i HURA nastavljaju i s **BalCannes** revijom najboljih reklamnih agencija iz šest zemalja regije, što je najbolja prilika agencijama iz regije da se sa svojim najkvalitetnijim projektima prezentiraju oglašivačima. Prijave za ovogodišnje izdanje su otvorene i traju sve do 10. rujna, a za više informacija posjetite www.balcannes.com.

Prijave za ovogodišnji Weekend Media Festival već su započele na www.weekendmediafestival.com.