



"Laži" o podjelama i razdvajanjima PR-a i oglašavanja



Kerrie Finch, stručnjakinja za reputacijski menadžment, na Danima komunikacija podijelit će nekoliko ključnih istina o radu u globalnoj kreativnoj industriji, među kojima je i ona koja kaže da je PR gravitacijsko središte svih komunikacijskih univerzuma
Promo Objavljeno 08.01, 17.03.2016.

Sudionike Dana komunikacija, središnjeg nacionalnog festivala oglašavanja, koji se održava od 14. do 17. travnja 2016. u rovinjskom hotelu Lone u organizaciji HURA-e i IAB-a očekuju predavanja svjetski priznatih stručnjaka za komunikacije, brendiranje i oglašavanje. Nova poznata i utjecajna imena iz industrije koja dolaze na Dane komunikacija su - Kerrie Finch, osnivačica i izvršni direktor agencije FinchFactor, Ivan Pols, kreativni direktor iz agencije Adam&EveDDB te Francesco Urso, brend menadžer iz kompanije Procter&Gamble.

Nakon PR karijere u uspješnoj agenciji Wieden+Kennedy Amsterdam, Kerrie Finch je 2009. godine osnovala agenciju FinchFactor, na čijem je čelu već sedam godina. Agencija danas ima urede u Londonu, Amsterdamu i Los Angelesu te je poznata kao vodeća agencija za reputacijski menadžment globalnih brendova. Kerrieino iskustvo u komunikacijama uključuje i nastupe na festivalima poput Cannes Lions i Eurobesta te rad s potrošačkim tehnologijama, lifestyleom, umjetnosti i zabavom.

Tijekom predavanja na Danima komunikacija Kerrie Finch suočit će se s lažima o podjelama i razdvajanjima PR-a i oglašavanja u trenucima kada međunarodna kreativna industrija prolazi kroz svoju najdrastičniju preobrazbu. Uz strategije društvenih mreža, mobile i brand content, koji su marketing miks učinili izvanrednim, Kerrie će propitkivati zašto se brendovi i agencije i dalje oslanjaju na stare modele koji se prema PR i marketinškim agencijama odnose kao prema izvanzemaljskim planetima, koji se kreću u svojim udaljenim galaksijama.

Stručnjakinja za reputacijski menadžment podijelit će i nekoliko ključnih istina o radu u globalnoj kreativnoj industriji, među kojima je i ona koja kaže da je PR gravitacijsko središte svih komunikacijskih univerzuma.



Ivan Pols, kreativni direktor iz agencije Adam&EveDDB na tri je kontinenta radio doslovno sve, od grafičkog dizajna do art direkcije, od web do interaktivnog dizajna i ilustracija, a s vremena na vrijeme pružao je i IT podršku. Njegov rad za brendove kao što su Dove, Audi, Philips i Shreddies nagrađivan je širom svijeta, a nekoliko je sretnih radova našlo svoje mjesto u udžbenicima, TED govorima i video parodijama.

Agencija Adam&EveDDB posljednjih osam godina kreira čuvene božićne kampanje za britansku robnu kuću John Lewis, a Ivan Pols učinit će sve da objasni kako te godišnje kampanje podižu energiju u agenciji i osnažuju svaki brend pod agencijskom krovom te kakvu uzbudljivu i neobičnu kulturu je potrebno imati za proizvodnju toliko voljenih radova.

Francesco Urso, brend menadžer iz kompanije Proctor&Gamble, vjeruje da je kreativnost ključan izvor rasta brenda. U sklopu toga na Danima komunikacija održat će predavanje na temu "Sharing the dream", objašnjavajući kako nevjerojatna kreativnost kreće od dvoje ljudi u istoj prostoriji koji dijele isti san. Na tragu toga dati će i odgovor na pitanje zašto se to ne događa češće.

Nakon 9 godina iskustva u Proctor&Gambleu Francesco će na Danima komunikacija podijeliti i svoje viđenje o tome kako više sanjariti, zajedno.