



14. do 17. travnja

“PR je s Marsa, a oglašavanje s Venere” jedna je od laži koje razotkrivaju ovogodišnji Dani komunikacija

Foto: HURA Autor: Danas.hr 17:35 29.03.2016

Uz Kerrie Finch iz agencije FinchFactor predavanja će održati i Ivan Pols, kreativni direktor iz agencije Adam&EveDDB te Francesco Urso, brand manager iz kompanije Procter&Gamble.

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.

Kerrie Finch

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. Predavanjem na Danima komunikacija Kerrie Finch suočit će se s lažima vezanim uz podjele i razdvajanja vezana uz PR i oglašavanje u trenutcima 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

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



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.

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje u svom sastavu okuplja društva za tržišno komuniciranje, a djeluje promičući i unapređujući zajedničke interese agencija članica s ciljem definicije i razvijanja najviših standarda profesionalne prakse oglašivačke i komunikacijske industrije. Trenutno u svom sastavu broji 28 članica i zastupa preko polovine ukupnih marketinških budžeta u Hrvatskoj. HURA je članica EACA-e (European Association of Communications Agencies), a redovito surađuje sa srodnim organizacijama u Hrvatskoj i svijetu.

IAB Hrvatska:

IAB Hrvatska je neprofitna udruga posvećena interaktivnom marketingu, osnovana s ciljem da stimuliranjem i usmjeravanjem industrije potpomogne razvitak interaktivnih marketinških komunikacija u Hrvatskoj. IAB Hrvatska je zamišljen kao forum profesionalca interaktivnog marketinga, s ciljem razvoja tržišta interaktivnog marketinga na način da kontinuirano dokazuje njegovu efikasnost, promovira ga i štiti, te to čini udruživanjem industrije, kreiranjem standarda, istraživanjima, savjetovanjem i edukacijom, kako industrije u cijelosti, tako i njezinih članova. IAB Hrvatska je osnivač Europske udruge IAB Europe i dio globalne mreže IAB udruga.