



4. Dani komunikacija otvaraju se ovoga četvrtka u Rovinju

Ove godine očekuje se rekordan odaziv sudionika za koje su organizatori pripremili bogat konferencijski program posvećen najnovijim svjetskim trendovima...

167 prikaza



 Foto: Dani komunikacija



 0 komentara

 Autor: 24sata Srijeda, 13.04.2016. u 12:59

Četvrto izdanje Dana komunikacija, središnjeg nacionalnog festivala oglašavanja počinje sutra u Rovinju u hotelu Lone. Ove godine očekuje se rekordan odaziv sudionika za koje su organizatori pripremili bogat konferencijski program posvećen



najnovijim svjetskim trendovima i izvoznom potencijalu hrvatske kreativne industrije.

Već tradicionalno, na Danima komunikacija dodijelit će se najvažnije strukovne nagrade za kreativnost i učinkovitost marketinških komunikacija IdejaX, Mixx, Effie te po prvi puta nagrada Young Lions za mlade agencijske profesionalce. Festivalski program u četvrtak otvara predavanje Cristiana Clite, koordinatora društvenih mreža IKEA-e za Jugoistočnu Europu na temu "Let's 'kill' the digital strategy - integrating digital into the business", u kojem će objasniti kako integrirati digitalne u poslovne strategije s ciljem unaprjeđenja poslovanja i odnosa kompanija prema svojim potrošačima.

U petak su na rasporedu lideri svjetske marketinške industrije među kojima se ističu Ivan Pols iz agencije Adam&Eve koja je zaslužna za jednu od napoznatijih božićnih reklama Man On The Moon za kompaniju John Lewis, Lisa Larsson iz Švedskog instituta koja je radila na projektu "Curators of Sweden" i jedan od najboljih predavača festivala Eurobest Rogier Vijverberg.

U petak je na rasporedu i prvi dio platforme "Export Stage" u kojoj će investitor i poduzetnik Nenad Bakić razgovarati s predstavnicima hrvatske kreativne industrije koji su svoje proizvode i usluge uspjeli izvesti izvan granica Hrvatske.

U subotu se program nastavlja inspirativnim predavanjima višestruko nagrađivanog digitalnog stručnjaka Krisa Hoeta, Francesca Ursa - brend menadžera iz kompanije Procter&Gamble, stručnjaka za ponašanje potrošača Thoma Theysa i drugih, ali uključuje i domaće snage koje će govoriti o tome kako Hrvati koriste medije i kakav je utjecaj prodajnih prostora na ponašanje ljudi.