



PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Koje su tajne uspješnih marketinških kampanja?

- **Globalni brend direktor adidasa, Thomas van Schaik i kreativni direktor najnagrađivanije agencije na svijetu Till Diestel dolaze na Dane komunikacija**
- **Domaći stručnjaci Luka Duboković, Kamilo Antolović, Anđela Buljan Šiber i Jan Jilek domaćini predavanja, seminara i diskusija na festivalu**

Zagreb, 7. travnja 2015. – Ukupno 18 vodećih svjetskih i domaćih stručnjaka, tijekom dva dana festivala u čak tri festivalske dvorane, nastupit će na **Danima komunikacija**, središnjem nacionalnom festivalu oglašavanja koji će se **od 16. do 19. travnja** održati u Rovinju u hotelu Lone. Organizatori festivala su predstavili nove predavače, vodeće svjetske stručnjake za *real-time* marketing, content marketing i YouTube oglašavanje te domaće stručnjake koji će držati predavanja, seminare i diskusije na festivalu.

Thomas van Schaik, globalni brend direktor adidasa, odgovoran je za kompletnu marketinšku komunikaciju ovog brenda. Pod njegovim vodstvom, adidas je odnio pobjedu na terenu i izvan njega na zadnjem Svjetskom nogometnom prvenstvu u Brazilu, nadmašivši svoju konkurenciju u *real-time* marketingu putem svoje *#allinornothing* kampanje. Thomas je radio i na globalnoj adidasovoj kampanji za Olimpijske igre 2012. u Londonu i svjetski poznatoj kampanji s nogometašem Leom Messijem. Na svom predavanju govorit će o tajnama uspješnog i učinkovitog *real-time* marketinga, sve važnijoj grani marketinške komunikacije, i o tome kako spontana komunikacija iziskuje opsežno planiranje.

Till Diestel, kreativni direktor najnagrađivanije agencije na svijetu u 2014. godini Adam&EveDDB, na Dane komunikacija dolazi umjesto najavljenog Daniela Fischera. O Diestelu najviše govori više od 300 osvojenih internacionalnih nagrada i priznanja uključujući prestižni Cannes Design Grand Prix te nekoliko zlatnih Cannes Lionsa. Na svom predavanju govorit će o tajnama uspjeha ove mlade agencije i njenom jedinstvenom pristupu oglašavanju, prenoseći anegdote iz kampanja poput Harvey Nicholisa *Sorry, I spent it on myself* koja je osvojila 4 Grand Prixa i 5 zlatnih lavova u Cannesu.

Andre Nogueira, voditelj YouTube tima za *content* novih tržišta i strategiju, otkrit će kako razmišljati kao *YouTuber*, a o budućnosti struke i važnosti content marketinga govorit će



idejaX



DANI KOMUNIKACIJA

FESTIVAL MARKETINŠKIH
KOMUNIKACIJA

www.danikomunikacija.com

HU[®]A
POSREDOVAŠKO INTERESNO UDRUŽENJE
DRUŠTVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE

iab.
croatia

Eka Ruola, jedan od najnagrađivanijih finskih kreativaca iz agencije Hasan&Partners koja slovi kao jedna od najboljih neovisnih agencija na svijetu.

S mitovima marketinške industrije u svom predavanju suočit će se **Luka Duboković** iz agencije BBDO Zagreb. **Kamilo Antolović**, sudski vještak za oglašavanje i vodeći domaći ekspert za teme prava i etike u oglašavanju održat će zanimljivu radionicu **Plagijat u oglašavanju**.

Domaći stručnjaci za sve digitalno, **Anđela Buljan Šiber**, direktorica agencije iZone i **Jan Jilek**, direktor IAB Hrvatska, domaćini su novog formata festivala, tzv. PPP (Piva Poslije Programa), otvorenih diskusija u neformalnom okruženju na teme content marketinga i display oglašavanja na kojima su svi sudionici festivala pozvani sudjelovati.

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

Za dodatne informacije:

Dialog komunikacije, Ana Tkalec Barić,
tel: 01 4557 221, email: ana.tkalec@dialog-komunikacije.hr

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 definiranja 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 tako 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.

Kotizacije i smještaj:

effie
awards
croatia



idejaX



DANI KOMUNIKACIJA

**FESTIVAL MARKETINŠKIH
KOMUNIKACIJA**

www.danikomunikacija.com

HU[®]A
POSREDOVANJE U PROMETU NEKRETNIM
DOPUNJENJE IZ OBLASTI PROMETA NEKRETNIM

iab.
croatia

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 2,895.00 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 predložene 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