



Kreativac kampanja za Ikeu i MTV stiže na Digital Takeover

Johan Ronnestam, vodeći švedski brand ekspert, osvajač Lava iz Cannesa, inovator, futurist i TEDx-ov speaker govorit će o kreativni i komunikaciji u svjetskom digitalnom poslovanju

Johan Ronnestam, 47-godišnji dizajner, stručnjak za brendiranje, kreativni direktor, inovator i poduzetnik svojim titulama zaslužen je jedan od **najcjenjenijih svjetskih govornika** o futurističkim trendovima u poslovanju i kreiranju komunikacije za globalne kompanije. Ronnestam je danas jedan od najvećih svjetskih autoriteta u digitalnom marketingu.

Na nadolazećem **Digital Takeoveru** govorit će o procesu pokretanja tvrtke i lansiranju proizvoda u globalnom digitalnom poslovnom okruženju. Predstavit će svoje **bogato iskustvo** stečeno u radu s najvećim svjetskim kompanijama poput IKEA-e, Adidasa, Nokie, Toyote, H&M-a i Omega te pokazati kako se odvija proces stvaranja integrirane digitalne kampanje za kompaniju koja se na tržište želi plasirati u punom potencijalu. Ronnestam će istaknuti najvažnije smjernice u brendiranju tvrtke, ali i izazove s kojima se u tom procesu susreće.

Bogato iskustvo u stvaranju strategije i kreative Ronnestam je stekao svojedobno u marketingu ekskluzivnih golf brendova Mizuno, King Cobra i Goldwin pruživši im tada **specifičan uvid** u zahtjeve oglašivača i potrošača, ali prije svega složenost pozadinskog procesa ulaska proizvoda u trgovine.

Digitalnom revolucijom počeo se baviti već 1994. godine, a njegova kreativnost i drugačiji način razmišljanja ubrzo su mu osigurali streloviti uspon. **Nagrađivani projekti** za klijente kao što su Vattenfall, Bredbandsbolaget, Nike Europe i Volvo Cars pozicionirale su ga kao jednog od najvažnijih inovatora u modernom poslovanju.



PROMO

Ronnenstamova nesputanost rezultirala je krilaticama koje ga ujedno definiraju kao svestranog govornika, **digitalnog i marketinškog stručnjaka** i inovatora, ali i najbolje opisuju njega kao čovjeka. Ronnestamovo djelovanje sažeto je u nekoliko osnovnih postulata u poslovnoj filozofiji koju prakticira u radu:

'Kad si umoran, trči. Kada si iscrpljen, pojačaj tempo. Kada ne uspiješ, kreni još jače. Kada se brineš, brini se manje. Kada se drugi brinu, zanemari. Budi u svemu uživo. Igraj se. **Pomiči granice.**'

Za svoj rad Ronnestam je osvojio prestižne nagrade, među kojima treba istaknuti Cannes Lions i D & AD, London International Advertising Awards, Epica, Clio, Cresta te laureate na festivalima u New Yorku. U Švedskoj je sedam puta osvojio godišnju nagradu za dizajn.

Digital Takeover nadolazećom konferencijom nastavlja svoj **vodeći status jedinstvenog projekta u regiji**, a posjetitelje očekuje bogat cjelodnevni program uz niz predavanja, panel diskusija i interaktivnih inovativnih formata. Budite korak ispred promjena u digitalnom svijetu i osigurajte svoje mjesto uz early bird kotizaciju po cijeni od 1.375 kn do 31.1.2019., dok redovna cijena iznosi 2.400 kn te last minute 2.800 kn. Sve novosti o programu pratite na [Facebooku](#) i na [službenoj stranici](#).

Digital Takeover je inovativna edukacijska platforma **24sata**, najutjecajnijeg hrvatskog medijskog branda, koji predvodi **digitalnu transformaciju** na hrvatskom tržištu i dio je Styria grupe. 24sata svaki dan doseže 2 milijuna ljudi te 2 od 3 internetska korisnika u RH (izvor: gemiusRating, Facebook, YouTube, Ipsos MEDIApuls 2018/11). 24sata najnagrađivanija je medijska kuća u Hrvatskoj s osvojenih 87 nagrada i priznanja u svjetskoj i europskoj konkurenciji, a koje su dodijelili prestižni žiriji: International News Media Association, Digiday, World Association of Newspapers and News Publishers, **Effie**, European Newspaper Award, ICERTIAS, Native Advertising Institute, World Editors Forum, Readers Digest i dr.