



## Jedan od najboljih oglašivača svijeta Matt Biespiel na Danima komunikacija poručio kako brend mora imati karizmu

*Osvajač 88 Cannes Lionsa na Danima komunikacija prezentirao je 10 smjernica uz pomoću kojih svaki brend može postati i ostati karizmatičan*

**Rovinj, 29. ožujka** – osvajač nagrade najboljeg oglašivača svijeta, **Matt Biespiel** zaslužio je bio prvo najavljeno ime ovogodišnjih Dana komunikacija. Kako bi najbolje predstavio ideju da je upravo karizma ključna za uspjeh brendova, za svoje se predavanje na festivalu pripremao tjednima unaprijed. Usto je za sudionike pripremio i malo iznenađenje - dio prezentacije na hrvatskom jeziku.

Biespiel je okupljenima poručio kako je tajna efikasnog marketinga u karizmi i smislu za šarm te istaknuo: ***“Statistika vam potvrđuje jeste li u pravu, tehnologija daje svrhu onome što radite, ali jedino vas kreativnost čini posebnima.”***

**Damir Ciglar**, član organizacijskog odbora festivala osvrnuo se: *“Matt Biespiel ima puno toga za reći što svakako vrijedi čuti: od toga koliko su efikasnije kreativne kampanje od onih manje kreativnih, do toga kako najbolji radovi nastaju iz dugoročnog odnosa između oglašivača i agencije.”*

U ulozi globalnog direktora marketinga, Biespiel je McDonald'su dvije godine za redom donio titulu najefikasnijeg brenda na svijetu, a na prestižnom međunarodnom festivalu kreativnosti u Cannesu, osvojio je nagradu koju svi oglašivači priželjkuju – onu za **najboljeg oglašivača na svijetu**. Kroz svoju je bogatu karijeru i izvanredne kampanje za McDonald's, Visu i Olimpijske igre osvojio **nevjerojatnih 88 Cannes Lionsa**.

Na svom predavanju na Danima komunikacija *“Why Your Brand Needs Charisma to Grow”* prezentirao je 10 kreativnih smjernica pomoću kojih svaki



brend može postati i ostati karizmatičan. Za Biespiela, tajna efikasnog marketinga leži u karizmi koju trebaju imati brendovi kako bi rasli te koji postiže autentičnost brenda.

\*\*\*

#### **HURA!:**

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članovi HURA!-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA! organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik Cannes Lions i Effie Worldwide organizacija za Hrvatsku. Više o HURA!-i na [www.hura.hr](http://www.hura.hr).

#### **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.

#### **Za dodatne informacije na raspolaganju vam je:**

Kristina Gotovac, PR Senior  
Komunikacijski laboratorij d.o.o.  
Gradišćanska 36, 10 000 Zagreb  
+385 97 7830 573  
[kristina.gotovac@komunikacijskilaboratorij.com](mailto:kristina.gotovac@komunikacijskilaboratorij.com)