



Legendarni Sir Sorrell na Danima komunikacija: priča o uspjehu jednog od najvećih poduzetnika na svijetu

Najveće ime tržišnog komuniciranja i predavač Dana komunikacija Sir Martin Sorrell u Rovinju je pričao o svom životnom putu i karijeri

Rovinj, 30. ožujka – Legendarni Sir Sorrell živi san svakog poduzetnika – od male kompanije stvorio je jednu od najvećih na svijetu. Stoga nikoga ne iznenađuje što je njegov dolazak na Dane komunikacija, festival komunikacija koji se ovih dana održava u Rovinju, izazvao pravu pomamu.

Svoju je karijeru Sorrell započeo prije više od trideset godina u maloj tvrtki za proizvodnju žičanih košarica. Koliko se trud i ulaganje u znanje isplate postalo je jasno kada je ta mala kompanija postala jedna od najvećih multinacionalnih marketinških mreža na svijetu s više od 3000 ureda u 112 zemalja – WPP. Iako više ne obnaša dužnost izvršnog direktora WPP-a, Sorrell nije usporio, već se posvetio svom novom projektu – tvrtki S4 Capital.

„Dolaskom Sir Martina Sorrella, koji je najveće ime u našem biznisu, potvrdili smo snagu festivala i značaj domaće kreativne industrije. Čovjek koji je stvorio marketinško carstvo WPP danas je bio naš gost, a sudionici Dana komunikacija ovom velikanu mogli su izravno postavljati pitanja, što je prilika koja se ne događa dvaput”, izjavila je Dunja Ivana Ballon, direktorica festivala i programa.

Uspjeh Sir Martina Sorrella nije promakao ni vodećima *The New Yorkeru*, *Timeu 100*, a ni britanskoj kraljici Elizabeti. *The New Yorker* proglasio ga je najvećim celebrityjem tržišnog komuniciranja, *Time 100* jednim od najutjecajnijih ljudi današnjice, a kraljica Elizabeta vitezom.

Svaki vitez mora imati moto za svoj štit, a na Danima komunikacija Sir Sorrell pojasnio je zašto su i kako dvije naizgled jednostavne riječi, „upornost i brzina“, definirale njegov karijerni put. Svoj pristup poslovanju Sorrell je usporedio s popularnom serijom *Mad Men* koju je svojevremeno redovito



pratio. Pojasnio je kako su to „stvari koje nemaju nikakve veze s Don Draper oglašavanjem”, ali apsolutno imaju veze s „medijima, podacima i digitalnim”.

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.

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