



studentski.hr



Tradicija ili inovacija u komunikaciji brendova – a zašto ne

Tržište je danas preplavljeno novim proizvodima i inovacijama, no unatoč tome, nekim se brendovima uvijek vraćamo spontano. Je li ključni sastojak uspješna tradicija, efikasna inovacija – ili nerazdvojiva kombinacija tih elemenata koja nas uvijek podsjeti na djetinjstvo i mladost? Upravo će se tom temom baviti panel naziva *Tradition or Innovation? Why Not Both!* u sklopu zagrebačkog događanja DK Home presented by AI, koje će se održati na zagrebačkoj Ljetnoj pozornici Tuškanac 14. i 15. lipnja.

Sudionike ekskluzivnog zagrebačkog događanja očekuje zanimljiva diskusija na kojoj će stručnjaci i komunikatori domaće industrije **Zvonimir Seki**, **Nikolina Zečić**, **Natko Beck** i **Ivan Šarić**, uz moderatora Vedrana Sorića, stručnjaka za strateško i operativno vodstvo te prodajnog savjetnika koji uspješno razbija mitove o prodaji, razmijeniti mišljenja o efikasnim komunikacijskim strategijama brendova koji niz godina predvode tržište.

– Mnoge tvrtke i brendovi ponose se svojom tradicijom koristeći ju kao integralni dio svoje komunikacijske strategije. No, ako ostaju isključivo vjerni svome nasljeđu, a tradiciju stavljaju u prvi plan, zanemarujući nužne promjene odnosno usklađivanje s tržišnim trendovima, riskiraju neučinkovitost i nekonkurentnost u modernom potrošačkom okruženju. Ovaj panel donosi nam kvalitetan uvid u važnost uravnotežene poslovne i komunikacijske strategije koja učinkovito integrira viziju budućnosti i vrijednosti koje pripadaju temeljnim tradicijama i povijesti kompanija i brendova. Zanimljivo, upravo inovacije ovdje igraju ključnu ulogu omogućavajući brendovima da ostanu vjerni svojim korijenima i ujedno ispunjavaju suvremene potrebe potrošača. – rekao je Zvonimir Seki, direktor marketinga Francka odgovoran i za razvoj strategije inovacija koje predvode domaće, ali i regionalna tržišta.

Razgovoru će se još pridružiti i Nikolina Zečić, direktorica Upravljanja iskustvom klijenata, marketinga, identiteta i komuniciranja u Zagrebačkoj banci te stručnjakinja za poslovnu strategiju zasnovanu na korisničkom iskustvu; Natko Beck, komunikator godine, influencer i, kako sam za sebe kaže, lajavi liječnik koji je znanost donio na društvene mreže i demistificirao je svojoj brojnoj publici; Ivan Šarić, televizijski voditelj, stand-up komičar, influencer te marketinški kreativac itekako upućen u komunikacijska kretanja brendova.

Kako „tradicionalni“ brendovi u vremenu stalne promjene pronalaze vjerne kupce i simpatizere čak i među najmlađom



publikom, što piše u njihovim komunikacijskim strategijama i kakva ih budućnost očekuje saznat ćemo drugog dana DK Homea, **15. lipnja u lounge zoni pored kafića**. Najavu cjelokupnog programa događanja pratite na [službenim stranicama](#).

A1 je generalni partner vrhunskog ugođaja **DK Homea**, uz koji događanje podržavaju i dosad potvrđeni partneri Franck, Zagrebačka banka, Konzum, Volkswagen ID.4, Wiener osiguranje Vienna Insurance Group, Europski parlament u Hrvatskoj, WAI Moment, Studio Moderna, Podravka, KONČAR, PIK Vrbovec, Shutterstock, Cerovski Print Boutique, Go2Digital, Presscut i drugi.