

Popisu impresivnih imena Dana komunikacija pridružio se jedan od vodećih neuroznanstvenika – Moran Cerf

S istaknutim neuroznanstvenikom uz podršku Hrvatskoga Telekoma hakirat ćemo (ne)svjesna ponašanja potrošača u glavnoj festivalskoj dvorani!

Predvodnik nove generacije marketinških lidera – tako je ovoga znanstvenika svjetskoga glasa opisao upravo otac modernog marketinga Phil Kotler, a uskoro će saznanja kojima je očarao marketinšku industriju globalno podijeliti i s domaćim komunikatorima te ih provesti **nesvjesnim, ali možda upravo zato ključnim bihevioralnim procesima potrošača**. Na Dane komunikacija, upečatljivi festival kreativnosti i tržišnih komunikacija, od 11. do 14. travnja 2024. **uz podršku Hrvatskoga Telekoma stiže istaknuti neuroznanstvenik Moran Cerf!**

Dani komunikacija ove godine kreativnost i marketinške komunikacije sagledavaju sa svih strana – nakon dosad najavljenih imena nekih od najboljih kreativaca, mislilaca, psihologa, komunikatora, dizajnera, brend-stratega, futurista i lidera iz cijeloga svijeta, sljedeća je na redu perspektiva cijenjenoga neuroznanstvenika, autora nekih od najcitiranijih radova o donošenju odluka, neuroznanosti u marketingu i leadershipu. Moran Cerf svoju je impresivnu karijeru započeo kao etički haker: sigurnosnim nadzorom banaka i državnih institucija, što ga je i usmjerilo na znanstveni put **proučavanja i potom hakiranja najzanimljivijeg trezora na svijetu – ljudskoga mozga.**

Vrijedna saznanja proširio je u brojne sfere – od znanosti preko bihevioralnoga marketinga i leadershipa pa sve do storytellinga – kojima jednako suvereno vlada. Njegove su studije kao nikada ranije rasvijetlile naše procese odlučivanja i korake kojima je na njih moguće utjecati, uključujući predviđanje ljudskih interesa i afiniteta **s ciljem kvalitetnoga vodstva i oblikovanja uspješnoga tima**, što će zajednici tržišnih komunikatora koji se iz godine u godinu okupljaju na Danima komunikacija omogućiti dragocjene uvide.

„Kompleksnost današnjeg svijeta i njegova nikad brža dinamika promjene kontinuirani su izazovi s kojima se brendovi suočavaju i zbog kojih se trebaju prilagođavati brže nego ikad. Mi u Hrvatskom Telekomu najponosniji smo na snažnu emotivnu povezanost s našim korisnicima. Slušamo ih, razvijamo iskren i otvoren odnos te na taj način gradimo povjerenje i povezanost. Da je to dobra praksa, dokazala su i istraživanja koja provodimo, a pokazala su da smo telekom brand koji korisnici najviše vole. Razumijevanje ponašanja korisnika veoma je važno za svaki brand, a još je važnije predviđanje njihovog ponašanja i razumijevanje emocionalnih pokretača za njihove odluke. Nekad je klasičnim metodama istraživanja teško doći do tih emocionalnih pokretača jer se oni često nalaze u podsvjesnom dijelu našeg razmišljanja“, poručila je **Branka Bajt**, Brand direktorica Hrvatskoga Telekoma.

Kako najnovija saznanja neuroznanosti mogu utjecati na kreativne, ali i oglašivačke procese? Na glavnoj festivalskoj pozornici Cerf će na ta pitanja odgovoriti u predavanju naziva **3 Ideas From Neuroscience That Were Discovered in the Last 10 Years and Will Change the Next 10**, a

sudionike će povesti i iza kulisa vrhunskih dostignuća te njegova fascinantnog rada s nekima od vodećih tehnoloških kompanija koji će označiti desetljeće pred nama.

Podsjetimo, već je najavljen niz predavača izuzetnog festivalskog postava – sudionicima će se u Rovinju, uz **Cerfa**, pridružiti i svjetski poznati bihevioralni ekonomist, psiholog i znanstvenik koji se bavi ljudskim ponašanjem **Dan Ariely**; kreativni buntovnik iz Azije s više od tisuću priznanja za svoj rad **Eugene Cheong**; futuristica i stručnjakinja svjetskoga glasa koja znanošću dekonstruira stres i motivaciju **Shivvy Jervis**; vodeći komunikator Googleova AI Laba Deepmind, SpaceX-a i Facebooka **Dex Hunter-Torricke**; prva odvjetnica specijalizirana za regulacije i autorska prava videoigara koja će nas povesti na putovanje kroz kontroverzni metaverse **Micaela Mantegna**; osnivač viralnih Facebook stranica UNILAD i LADbible i jedan od prvih koji su shvatili koliko društvene mreže mogu biti istinski utjecajne **Alex Partridge**; brend-strateg svjetske reputacije koji stvara jedinstvena iskustva brendova, predvodeći ih do njihovih poslovnih ciljeva **Brian Collins** – te niz drugih velikih svjetskih imena industrije koja će ponuditi **neprocjenjiva iskustva, zavidna znanja i vrhunske uvide**.

Svi **kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori** koji se i ove godine žele naći **u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera** informacije o sudjelovanju mogu pronaći na www.danikomunikacija.com.

O DANIMA KOMUNIKACIJA:

Dani komunikacija prepoznati su kao **jedan od najboljih evenata na svijetu** prema britanskom Association Excellence Awardsu zbog svog *out of the box* pristupa, jedinstvene festivalske ponude, visokokvalitetne produkcije i organizacije. Novo izdanje festivala – koji je poznat po tome da se na njemu okupljaju ključni predstavnici oglašivača, agencija, stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnici medija i ostali profesionalci iz komunikacijske industrije ključni za stvaranje i pokretanje promjena – i ovoga će proljeća u rovinjskom Loneu dočekati sve one koji komunikacijsku industriju istovremeno mrze i vole, ali prema njoj, zahvaljujući ovom festivalu koji zdušno okuplja komunikacijsku zajednicu, nikako ne mogu biti ravnodušni. Više informacija pročitajte na službenim stranicama festivala www.danikomunikacija.com.

O ORGANIZATORIMA:

Hrvatska udruga društava za tržišno komuniciranje (HURA) vodeća je strukovna udruga u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članice HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX, MIXX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes, redovne edukacije 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 svjetskog udruženja agencija VoxComm, EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje), ekskluzivni je predstavnik organizacija Cannes Lions i Effie Worldwide za Hrvatsku te je kroz Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia dio svjetske mreže IAB Global Network.

Pratite nas na službenim [Facebook](https://www.facebook.com) i [LinkedIn](https://www.linkedin.com) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

Interactive Advertising Bureau (IAB) Croatia kolektivni je predstavnik i ambasador industrije interaktivnog marketinga i velike svjetske organizacije IAB Global Network u Hrvatskoj. Djelovanjem unutar Hrvatske udruge društava za tržišno

IDIK '20'24

komuniciranje (HURA-e), povezuje najvažnije aktere angažirane u rastu interaktivnog marketinga i inzistira na najvišem standardu, a hrvatsko je tržište ovom akvizicijom postalo bogatije za brojne materijale, specijalizirane edukacije, nagrade, istraživanja, analize i network koji će ekskluzivno biti dostupni kroz IAB Croatia.

Više informacija pronađite na www.iab-croatia.com te na [Facebooku](#) i [LinkedInu](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr