

Storytelling je jedna od najvažnijih vještina današnjice – usavršit ćemo je na Danima komunikacija

Što znači brendirati se kroz priču i kako svoju priču ispričati kvalitetno u vrijeme kada je internet zasićen „POV“ fenomenom? Odgovore će na Danima komunikacija, uz dašak neuobičajenoga humora, dati vrhunski storytelleri!

Priče se pričaju gotovo jednako dugo koliko postoji i čovjek – a ništa ne prodaje bolje od kvalitetno prenesene emocije, što zna svaki komunikacijski stručnjak. **U dinamičnoj eri društvenih mreža vjerodostojno ispričana priča postaje glavni as u rukavu**, a upravo će zato sudionike Dana komunikacija, festivala tržišnoga komuniciranja koji će se u Rovinju održati od 11. do 14. travnja, inspirirati **dvoje inspirativnih storytellera – Marnick Vandebroek i Jessica Gioglio!**

„Dobar je rad nevidljiv – a tvoj je posao učiniti ga vidljivim. Stoga se zauzmi za ono u što vjeruješ i istakni se u životu i poslu“, poručuje [Marnick Vandebroek](#) – globalno nagrađivani govornik, autor i komunikacijski trener, ujedno slamka spasa za više od stotinu tvrtki, menadžera i stručnjaka diljem svijeta, **od korporativnih divova do startupova, koje vješto pretvara u majstore komunikacije**. Neki ga smatraju certificiranim čarobnjakom riječi: kombinirajući sa svojim znanjima i vještine NLP-a (neuro-lingvističkog programiranja), također je i dokazani stand-up komičar koji će, kada stane na pozornicu, očarati sve u prostoriji.

Svatko može naučiti izražavati se na moćan način. To nije dar, to je izbor, a inspiriranje drugih i predstavljanje vlastitih ideja počinje s nama samima; našom pričom i načinom na koji je prenosimo. Vandebroek svojom mudrošću obasipa sve željne znanja, potičući ih na djelovanje, što je i misija njegove knjige ***Stand Up to Stand Out: Expressing Yourself in the Most Powerful Way***. Stoga će u istoimenom dinamičnom predavanju na glavnoj pozornici Dana komunikacija pokazati **kako u 10 minuta ili manje oblikovati briljantne priče vrijedne slušanja** – uz, naravno, nezaobilaznu pomoć kvalitetnoga humora.

Upravo oni koji slušaju imaju moć – zato cilj dobrog storytellinga i jest očarati ih – a koja je tajna uspjeha kada je riječ o odnosu brenda i njegova korisnika? [Jessica Gioglio](#) tvrdi da je ključ u stvaranju emocionalnih poveznica, življenju u trenutku i inspiriranju autentičnih razgovora koji mogu pomaknuti planine i – najvažnije – potaknuti akciju. Ova marketinška stručnjakinja specijalizirana za rast brendova te autorica bestsellera *The Laws of Brand Storytelling* svoju priču kroji **oblikujući identitete velikih brendova poput Dunkin' Donutsa, TripAdvisora i Sprinklra** – a smatra da storytelling, osim što osvaja kupce, garantira i njihovu lojalnost.

TikTok, koji je proglasio *unhinged* storytelling vodećim trendom za 2024., potiče marketinške stručnjake na pitanje – je li tradicionalni storytelling pao u zaborav i je li POV (point of view) njegova nova perspektiva? Što u vrijeme društvenih mreža znači lojalnost korisnika i postoji li na prezasićenom tržištu prostor za rast? U predavanju naziva ***Storytelling Unhinged – Flipping The Script on Brand Narratives*** Jessica Gioglio sa sudionicima Dana komunikacija istražit će kako osloboditi storytelling

njegovih tradicionalnih ograničenja, otkrivajući kako **prihvatanje nekonvencionalnosti može potaknuti neusporedivu kreativnost i angažman publike.**

Podsjetimo, već je najavljen niz predavača izuzetnog postava tipično-netipičnih Dana komunikacija – sudionicima će se u Rovinju 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](#); neuroznanstvenik svjetskoga glasa i predvodnik nove generacije marketinških lidera [Moran Cerf](#) powered by Hrvatski Telekom; 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](#) i [LinkedIn](#) stranicama, a više o HURA-i saznajte na www.hura.hr.

IDIK '20'24

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 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