



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

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 sjajnih 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 slankna 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 vještinu 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 manjeoblikovati 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 Sprinkla** – 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 Goglio sa sudionicima [Dana komunikacija](#) istražiti 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, predvođeci 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](http://www.danikomunikacija.com).