

 labinskakomuna.eu



Uspjeh, neuspjeh, kreativnost i uspješni kreativni procesi

Sudionici velikoga [festivala tržišnih komunikacija](#) otkrit će sve o kreativnim procesima – zavirit će u agencijski backstage, razgovarati o evoluciji pakiranja proizvoda, a razmijenit će i zanimljive savjete o neuspjehu.

Da su kreativnost, sunce i more nenadmašna kombinacija, dobro znaju [Dani komunikacija](#), koji će svoja festivalska vrata kreativcima, digitalcima, komunikatorima, dizajnerima i svim zaljubljenicima u kreativnost i tržišne komunikacije otvoriti od **11. do 14. travnja** u rovinjskom hotelu Lone. [Objavljen je službeni raspored festivala](#), iz kojeg saznajemo kako će se sudionici moći uključiti u cijeli niz zanimljivih razgovora o temama od značaja za kreativnu industriju, što festival čini posebnom prilikom za razvoj kreativnih potencijala – ali i razgovor o njima na nizu programskih sadržaja tijekom tri dana i u čak četiri dvorane, koji će kreativnost staviti u fokus od jutra do mraka. U nastavku izdvajamo samo neke od njih.

THE FOLDER OF SHAME: CELEBRATING OUR REGRETTABLE CAMPAIGNS!

Ponekada kampanje ostvare željene tržišne rezultate, ali njihovi kreatori u konačnici ipak nemaju osjećaj potpunog zadovoljstva. [Dani komunikacija](#) nakratko će prijeći na tamnu stranu i s ciljem dijeljenja dragocjenih iskustava uz pomoć Hrvatskoga društva nezavisnih profesionalaca istaknuti aspekte kreativnoga procesa koji se često gura pod tepih. [The Folder of Shame: Celebrating Our Regrettable Campaigns!](#) moderirat će **Karla Andrić** (Integrated Strategist, HDNP & HAIKU communications), a **Jelena Babić** (kreativna strateginja, Jelen&Jelen), **Domagoj Davidović** (kreativni strateg, Minus Minus Agency; član IAB-a [Croatia](#)) i **Krešimir Končić** (vlasnik Neuralaba; član IAB-a [Croatia](#)) prisjetit će se svojih ne sasvim uspješnih kampanja i podijeliti zanimljive lekcije koje su naučili iz njih.

WORKING WITH AN AGENCY 101

Postoje li pravila kreativnosti u komunikacijskoj industriji? Unatoč tome što se često smatra beskonačnom i subjektivnom,



kreativnost u oglašavanju ipak ima načela i smjernice koje mogu pomoći učinkovito je usmjeravati prema ciljanoj publici. U razgovoru [Working With an Agency 101](#) [Luka Duboković](#) (CEO, BBDO Zagreb; član [HURA](#)-e i IAB-a [Croatia](#)) sa sudionicima će podijeliti ultimativnih 20 savjeta za kreiranje uspješnih marketinških kampanja – a teoriju će potvrditi praksom potkrijepivši je nizom najboljih i najgorih kreativnih primjera.

PACKAGING 360°

Trend okrenut oblikovanju sve kvalitetnijem i domišljatijem dizajnu ambalaže, posebno u sektoru hrane i pića u posljednjih se nekoliko godina pretvorio u pravi dizajnerski pokret. Može li se matematički dokazati da vrhunski dizajn ili redizajn utječe na povećanu potražnju i na koji način dizajnersko razmišljanje pomaže klijentu u širem kontekstu? Kako takav pristup dizajnu može pomoći drugim vrstama proizvoda da se pozicioniraju na tržištu i policama? Upravo su oko ove teme HDD i [HURA](#) okupili izvanrednu grupu dizajnera i kreativaca – [Svena Sorića](#) (predsjednika Hrvatskog dizajnerskog društva), [Izvoru Jurić](#) (kreativna i art direktorica, DIG Studio), [Seana Poropata](#) (suosnivač i kreativni direktor, Studio Sonda; član [HURA](#)-e i IAB Hrvatske) i [Anselma Tumpića](#) (kreativni direktor i suosnivač, Studio Tumpić/Prenc, član [HURA](#)-e i IAB-a [Croatia](#)) – da nam ispričaju predivnu priču o evoluciji pakiranja proizvoda na panelu [Packaging 360°](#).

Podsjetimo, uz sjajan domaći program, **najavljen je niz vodećih svjetskih lidera iz područja kreativnosti, dizajna, neuroznanosti u ekonomiji, bihevioralne psihologije, komunikacija i futurista koji će stati na glavnu dvoranu 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](#) powered by ENNA; 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](#) powered by Google; 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](#) powered by Konzum; najveći prankster današnjice u još jednoj proslavljenoj ulozi [Oobah Butler](#); brend-strateg svjetske reputacije koji stvara jedinstvena iskustva brendova, predvodeći ih do njihovih poslovnih ciljeva [Brian Collins](#); proslavljeni umjetnik, dizajner, ilustrator, muralist i autor koji je dizajnirao i naslovnice Timea [Timothy Goodman](#); globalno nagrađivani govornik, autor i komunikacijski trener koji tvrtke, menadžere i lidere pretvara u majstore komunikacije [Marnick Vandebroek](#); marketinška stručnjakinja specijalizirana za rast brendova te autorica bestsellera *The Laws of Brand Storytelling* [Jessica Gioglio](#) – 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