

Dan Ariely oduševio publiku **Dana komunikacija**



Od (ne)predvidive (i)racionalnosti, (ne)iskrenosti i obrazaca (ne)odlučivanja sve do strategija (ne)uspjeha – dio su tema drugog dana (ne)tipičnog **festivala tržišnih komunikacija**.

Glavna dvorana popularnih **Dana komunikacija**, koji se ovih dana održavaju u Rovinju, bila je dupkom puna povodom nastupa Dana Arielyja, koji je ovaj festival kreativnosti posjetio kako bi domaćim komunikatorima prenio svoja znanja. „Ljudi su preopterećeni i prezaposleni, moramo pronaći način kako ispravnu stvar učiniti jednostavnom“, poručio je jedan od vodećih svjetskih stručnjaka za bihevioralnu ekonomiju, trostruki autor bestsellera New York Timesa, znanstvenik Sveučilišta Duke, jedan od omiljenih TED predavača koji je inspirirao gotovo 30 milijuna gledatelja te koautor uspješnoga dokumentarca o (ne)iskrenosti kojeg je Bloomberg uvrstio u izbor 50 najoriginalnijih mislilaca svijeta.

Dan Ariely u svojem je predavanju do posljednje sekunde angažirao sudionike koji su s nestrpljenjem iznova iščekivali nove prinjure i zaključke iz njegove bogate karijere koji su svima pokazali koliko smo kao ljudska vrsta predvidivo iracionalni. Osvnuo se na predvidivu iracionalnost ne samo u svakodnevnom životu već i u poslovnom svijetu – jer sve što radimo za svoju tvrtku ne radimo za nju, nego za ljude s kojima radimo. Pozornicu je nakon inspirativnoga govora i pregršt pitanja oduševljene publike napustio s važnim savjetom za bolji život: „Budite manje plašljivi, ali nemojte živjeti samo u trenutku, već razmišljajte o široj perspektivi.“

„Kada Dan Ariely stane na pozornicu, mi sjednemo i slušamo“, prokomentirala je direktorica festivala Dunja Ivana Ballon i dodala: „Gromoglasni aplauz kojim ga je publika nagradila potvrdio je da nema većeg stručnjaka za temu ponašanja potrošača od njega, stoga smo neizmjerno ponosni što smo na našem tipično-netipičnom festivalu imali prilike naučiti koliko smo racionalno-iracionalni te predvidivo-nepredvidivi od jednog od najvećih mislilaca svijeta. Hoćemo li isprobati sve što smo naučili u praksi i biti racionalniji? Možda. Ali tek od ponedjeljka, kad se vratimo u Zagreb. Od cijelog organizacijskog tima, pozdrav s **Dana komunikacija**.“



Važan aspekt ovogodišnjega festivala razgovori su o ponašanjima potrošača, bihevioralnoj pozadini donošenja odluka i ulozi fake newsa u sveopćoj (i)racionalnosti društva – o čemu je na neuobičajen način govorio Oobah Butler – najveći prankster današnjice i, još važnije, miljenik publike koji je u svojoj najnovijoj edukativnoj epizodi raskrinkao velikog tehnološkog diva u predavanju The Great Amazon Heist, pritom ne propustivši do suza nasmejati publiku. A o utjecaju društvenih mreža na društvo sudionici su učili i od pokretača planetarno popularnih platformi UNILAD-a i LADbiblea koje su dosegnule milijarde – na glavnu pozornicu popeo se i Alex Partridge powered by Konzum. „Najveći grijeh koji svaki marketinški stručnjak može napraviti jest stvaranje sadržaja koji će publiku ostaviti ravnodušnom. Ključno je pronaći način za stvaranje sadržaja koji potiče emocije – a pričanje vlastite priče približava nas zajednici“, poručio je osnivač viralnih stranica.

„Dobro znamo da na **Dane komunikacija** dolazimo kako bismo slušali najveće face svjetske industrije, a ni ovoga puta nije ništa drugačije. Iza nas su dva festivalska dana ispunjena briljantnim saznanjima – baš šteta ako niste bili prisutni. Srećom, još stignete ispraviti tu pogrešku i pridružiti nam se“, poručio je Damir Ciglar, član organizacijskog odbora festivala, nakon predavanja genijalnog kreativnog stratega Briana Collinsa, kojega je Forbes istaknuo kao transformatora budućnosti izgradnje brenda.

Ovo je samo dio sadržaja koji su se danas održavali na još nekoliko festivalskih lokacija – petak je obilježilo više od 30 drugih programskih segmenata, sve od pristupa političkim kampanjama u razgovoru How to Get 370 Million Europeans on Board te izvršnih odluka u redakcijama u Secrets of the Editor's Pick do kreativnih rasprava poput PPP: Bringing Sexy Back to Advertising i The Folder of Shame: Celebrating Our Regrettable Campaigns! te nezaobilazne teme u komunikacijskoj industriji – uspješnoj kombinaciji kreativnosti i biznisa u razgovoru The Business of Ideas, koji je predvodio Nikola Žinić, član organizacijskog odbora **Dana komunikacija**: „Vrijeme je da shvatimo, ali ne samo unutar industrije nego i kao društvo u cijelosti, da je kreativnost ključan izvor inspiracije i sastavni dio svakog uspješnog poslovnog plana. Drago mi je da smo mogli zaroniti u ovu temu na festivalu: **Dani komunikacija** na savršen način dočaravaju što nam dašak kreativnosti znači za kvalitetniji rad – i život.“

Više informacija o festivalu dostupno je na www.danikomunikacija.com.

eistra.info, 15.4.2024.

Evidencijski broj / Article ID: 17292942

Naslov / Title: Dan Ariely oduševio publiku Dana komunikacija

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 688

