

Vodeća svjetska stručnjakinja za ekonometriju pažnje stiže na Dane komunikacija u Rovinj

Zaboravite na besmislene impresije i isprazne brojke – 11. izdanje iščekivanoga festivala kreativnosti i marketinga, Dana komunikacija, vraća se u Rovinj u nikad sunčanijem terminu, a nakon prvih festivalskih imena najavljeni je i predavačica za čije će se predavanje o pažnji korisnika tražiti mjesto više.

Pažnja korisnika u digitalnom svijetu postaje jedna od najvažnijih, ako ne i najvažnija metrika – a upravo tim povodom na Dane komunikacija u Rovinj stiže jedna od **najistaknutijih figura u svijetu oglašavanja: [Karen Nelson-Field](#)**. Kao svjetski priznata stručnjakinja u području ekonometrije pažnje korisnika, Nelson-Field u svibnju će podijeliti svoje revolucionarne uvide koji mijenjaju način na koji brendovi mjere uspjeh.

Zaboravite na besmislene impresije i isprazne brojke – njezina istraživanja pažnje pretvaraju podatke u rezultate koji zaista imaju težinu te redefiniraju način na koji brendovi mjere svoj utjecaj, dokazujući da se **pažnja korisnika može ne samo mjeriti već i strateški pojačati**. Za sve koji traže strategije koje doista funkcioniraju njezino predavanje neće biti samo prilika za čuti nešto novo – već prilika za transformaciju vlastita pristupa iz temelja.

The Attention Economy: All Marketers are Wizards (Without the Hat), predavanje koje će održati na glavnoj pozornici Danima komunikacija, bit će prilika da naučite kako pobijediti u borbi za pažnju i natjerati brend da se istakne u prenapučenom digitalnom svijetu. Crpeći inspiraciju iz svoje knjige *The Attention Economy: A Category Blueprint*, Nelson-Field predstavit će svoju teoriju o pojačavanju pažnje, pružajući uvide koji spajaju kreativnost, podatke i najmoderniju tehnologiju, uključujući umjetnu inteligenciju.

Kao osnivačica i CEO tvrtke **Amplified Intelligence**, svojim dubinskim razumijevanjem digitalne sfere pruža temelje za transformaciju industrije. Iza nje je najviše objavljenih istraživanja na WARC-u, kao i pokorena pozornica Cannes Lionsa, nakon kojih odgovorno tvrdi: **ako možete zadržati nečiju pažnju, moć je u vašim rukama**. U svijetu gdje tradicionalni KPI-jevi sve više gube smisao, Nelson-Field brendovima pomaže shvatiti što zaista znači uspjeh te donosi odgovore na ključna pitanja oglašavanja temeljene na neosporivim činjenicama.

Na glavnoj festivalskoj pozornici, na kojoj će se **Karen Nelson-Field** pridružiti i dosad najavljeni **Sophia the Robot**, najpoznatija humanoidna AI; kao i **Fernando Machado**, najinovativniji CMO na svijetu prema Business Insideru te osvajač više od 200 nagrada Cannes Lionsa, ovaj će **tipično-netipični festival** nastaviti osvajati srca svih željnih kritičkog razmišljanja, novih pristupa i inovativnih tehnologija. Poznati po postavljanju nekonvencionalnih pitanja i potrazi za nesvakidašnjim odgovorima, Dani komunikacija **svake godine pružaju neponovljiva iskustva** i okupljaju najdražu zajednicu tržišnih komunikacija.

Svi kreativci, marketingaši, digitalci, mediji i drugi komunikatori koji se i ove godine žele naći u društvu domaćih i svjetskih tržišnih lidera od 15. do 18. svibnja u Rovinju, 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 ovog 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 najnagrađivanih 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.

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](#).