

Legenda koja stoji iza Ryanairova nemilosrdnog pristupa društvenim mrežama dolazi na **Dane komunikacija!**

Je li kupac uvijek u pravu? U vremenu kada se **komunikacija** brendova često svodi na općenite i bezlične korporativne fraze, pravo je pitanje: kako se istaknuti i pomaknuti granice



Je li kupac uvijek u pravu? U vremenu kada se **komunikacija** brendova često svodi na općenite i bezlične korporativne fraze, pravo je pitanje: kako se istaknuti i pomaknuti granice – a odgovor na ovogodišnje **Dane komunikacija** donosi Michael Corcoran, jedan od najpoznatijih (i najduhovitijih) digitalnih stratega današnjice, koji je redefinirao način na koji brendovi komuniciraju na društvenim mrežama. Internet's savviest troll, kako ga je nazvao Daily Mail, svijetu najpoznatiji kao voditelj društvenih mreža aviokompanije Ryanair, stiže u Rovinj na **festival tržišnih komunikacija** koji će se održati od 15. do 18. svibnja. Izgradio je najbeskompromisniji glas jednog velikog brenda na internetu: njegov nekonvencionalni pristup, temeljen na britkom humoru i oštroj komunikaciji, donio je Ryanairu viralni uspjeh i više od 2,5 milijuna pratitelja samo na TikToku. Umjesto uobičajenih korporativnih odgovora, Michael i njegov tim odlučili su provocirati,

zabavljati i ponekad hrabro ismijavati korisnike – te je upravo ta strategija stvorila jednu od najprepoznatljivijih digitalnih prisutnosti na društvenim mrežama među brendovima, koju brojni besramno (i često bezuspješno) nastoje oponašati. Danas kroz svoju konzultantsku tvrtku Frankly savjetuje kompanije kako razmišljati drugačije i koristiti društvene mreže na inovativan način. Njegovo predavanje Be on Social without Being on Social donosi novu perspektivu uloge i važnosti društvenih mreža u poslovanju. Ako mislite da je sve u broju objava i algoritamskim trikovima, razmislite ponovno. Michael će vam pokazati kako brendovi mogu ostvariti utjecaj bez pukog praćenja trendova i trošenja budžeta na besmislen sadržaj. Primjerima i strategijama otkrit će kako se istaknuti, izbjeći zamku korporativne generičnosti i koristiti društvene mreže za stvaranje prave poslovne vrijednosti. Naravno, pritom će se dotaknuti i legendarne priče o Ryanairu i toga kako su oni postali sinonim za odrješiti stav koji funkcionira. „Svi govore o autentičnosti na društvenim mrežama, ali malo tko ima hrabrosti za to. Ryanair je dokazao da brutalna iskrenost i algoritmi idu ruku pod ruku, a Michael Corcoran dolazi na DK kako bi nas podsjetio – ili si relevantan ili si nevidljiv”, poručila je Anđela Buljan Šiber, članica organizacijskog odbora festivala. Osim praktičnih savjeta i strategija, Corcoran će podijeliti i priče iz svoje bogate karijere, a na glavnoj će pozornici **Dana komunikacija** otkriti kako se nositi s kriznim situacijama, izgraditi vjernu zajednicu i istovremeno se zabaviti dok oblikujete digitalni identitet svog brenda. Njegovo predavanje bit će prava poslastica za sve koji žele razmišljati izvan okvira i pretvoriti svoje društvene mreže u nezaobilazan komunikacijski kanal. Corcoran će se na glavnoj festivalskoj pozornici pridružiti slavnj humanoidnoj umjetnoj inteligenciji Sophiji; najinovativnijem CMO-u na svijetu prema Business Insideru i osvajaču više od 200 nagrada Cannesa Fernanda Machadu; Karen Nelson-Field, vodećoj svjetskoj ekspertici za ekonomiju pažnje i najobjavljivanijoj autorici na WARC-u; kao i Blairu Ennsu, najvećem svjetskom autoritetu za prodaju i pricing kreativnih usluga, a organizatori su najavili moćan line-up s liderima iz Hrvatske i svijeta koji će gostovati u programu jednog od najvažnijih događaja na ovim prostorima za sve koji se bave kreativnošću i komunikacijama. **Dani komunikacija** i ove godine u Rovinju okupljaju najinovativnije, najhrabrije i najutjecajnije umove globalne kreativne industrije – one koji ne žele igrati po starim pravilima, već žele redefinirati budućnost tržišnih **komunikacija**. Svi koji žele biti dio ovog posebnog iskustva od 15. do 18. svibnja u Rovinju, informacije o sudjelovanju mogu pronaći na www.danikomunikacija.com.