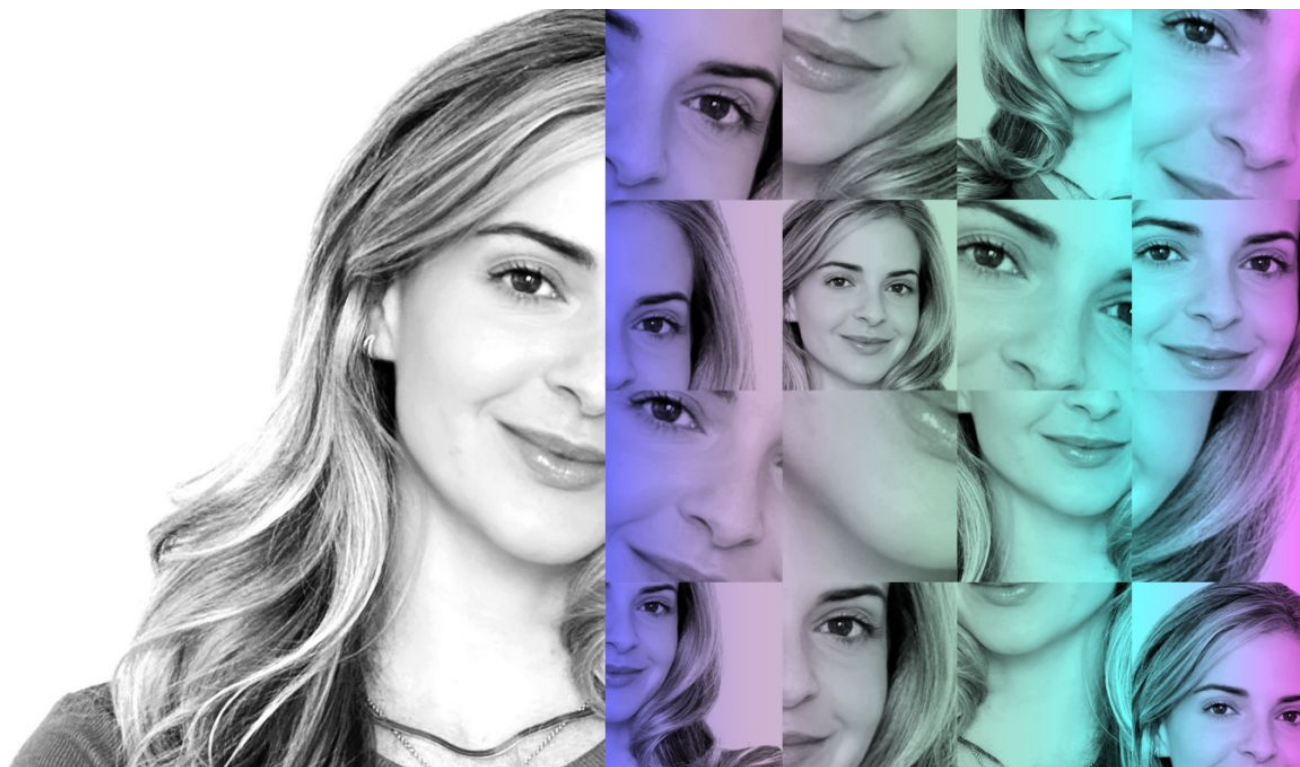




eistra.info

Kako ujediniti kreativnost, podatke i AI za maksimalne rezultate?



Kreativnost i podaci zajedno čine moćan alat za postizanje maksimalnog uspjeha – dok kreativnost donosi inovativne ideje, podatci ih usmjeravaju prema pravim odlukama i rezultatima. Ali kako ih spojiti u pobjedničku kombinaciju?

Saznajte na [Danima komunikacija](#), festivalu komunikacija i kreativnosti koji se održava od 15. do 18. svibnja u Rovinju, u predavanju koje će na glavnoj festivalskoj pozornici održati briljantna kreativna strateginja [Mirella Crespi](#).

Ona je osnivačica i direktorica Creative Milkshakea, jednog od najvećih europskih studija koji spajaperformance i kreativnost, stoji iza više od 2000 oglasa mjesečno na šest jezika za globalne brendove poput Amazona, Mete, Unilevera i Ubisofia.

No, Mirella Crespi nije samo kreativni um – ona je strateginja koja razumije podatke bolje od ikoga i zna kako ih pretvoriti u kampanje koje ne samo da privlače pažnju već i donose konkretne poslovne rezultate. Svojim inovativnim pristupom razbija mit da su kreativnost i marketinška efikasnost suprotstavljeni pojmovi – upravo suprotno, ona ih besprijekorno spaja, pokazujući brendovima kako ostvariti maksimalan marketinški učinak.

Kako svladati korake u kreiranju visokoperformansnih oglasa na društvenim mrežama – od istraživanja do produkcije, testiranja i optimizacije?

Crespi u svom predavanju naziva *Data Doesn't Lie, Your Creativity Does* donosi najnovije metodologije i najbolje prakse za razvoj oglasa koji kombiniraju podatke, strategiju i umjetnu inteligenciju kako bi skalirali kampanje i poboljšali rezultate na svim platformama. Svi koji žele podići svoje oglase na novu razinu i pretvoriti kreativnost u mjerljive poslovne uspjehe, ovo predavanje neće htjeti propustiti.



Crespi će se na glavnoj festivalskoj pozornici pridružiti sjajnom međunarodnom postavu predavača, među ostalima i [slavnoj humanoidnoj umjetnoj inteligenciji Sophiji](#); najinovativnijem CMO-u na svijetu prema Business Insideru i osvajaču više od 200 nagrada Cannes Lionsa [Fernandu Machadu](#) powered by AI; [Karen Nelson-Field](#), vodećoj svjetskoj ekspertici za ekonomiju pažnje i najobjavljivijoj autorici na WARC-u; [Blairu Ennsu](#), najvećem svjetskom autoritetu za prodaju i *pricing* kreativnih usluga, [Michaelu Corcoranu](#), jednom od najpoznatijih (i najduhovitijih) digitalnih stratega današnjice; [Marishi Lakhiani](#), stručnjakinji za korištenje umjetne inteligencije i automatizacije za rast brendova te maksimizaciju povrata na ulaganje u oglašavanje (*ROAS*); kao i [Johanu Ronnestamu](#), branding-stručnjaku, serijskom poduzetniku, kreativnom vizionaru i surferu.

Svi koji žele biti dio ovog posebnog iskustva 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 aktore 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](#).

Kontakt za medije: barbara.tolic@hura.hr