

## 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...



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 spaja performance i kreativnost, stoji iza više od 2000 oglasa mjesečno na šest jezika za globalne brendove poput Amazona, Mete, Unilevera i Ubisofta. 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 najobjavljanijoj 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](http://www.danikomunikacija.com). 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? Iako se u konceptu pametnih gradova naglasak najčešće stavlja na tehnologiju, dr. sc. Sami Kazi ističe kako „u budućnosti gradovi neće biti samo mjesta za život, već ekosustavi koji uče, prilagođavaju se i reagiraju na potrebe svojih stanovnika. AIMPACT događaj potvrdio je da AI mijenja nogomet iz temelja. Sudionici su imali priliku razmijeniti iskustva, razgovarati o izazovima i otkriti nove mogućnosti koje analitika podataka donosi sportskom sektoru.