

[www.dalmacijadanas.hr](#)

24. veljače 12:36:22

Vrijeme je da počnemo slušati: audio i njegov tržišni potencijal na **Danima komunikacija**

Dalmacija Danas

Dani komunikacija stavljaju u fokus zvuk kao nedovoljno iskorišten, ali snažan alat za izgradnju diferencijacije i povjerenja



Vizual dominira feedovima, tipografija se secira do piksela, a brand bookovi rastu brže od budžeta. I dok svi gledaju kako brend izgleda, rijetki se ozbiljno pitaju – kako on zvuči? Upravo zato na **Dane komunikacija**, koji se od 7. do 10. svibnja održavaju u Rovinju, stiže [Steve Keller](#) – čovjek koji zvuk pretvara u strateško oružje brendova.

Keller dolazi iz New Yorka kao Sonic Strategy Director za Studio Resonate, audio-first konzultantsku kuću unutar SiriusXM Media. Njegov posao? Oblikovati kako brendovi zvuče – i kako ih publika doživljava – kroz Pandoru, SiriusXM, SoundCloud i SiriusXM Podcast Network. Ako brend ima glas, velika je šansa da je Keller sudjelovao u tome kako ga koristi.

Tekst se nastavlja nakon oglasa

TOMMY
STUDENTSKA
SRIJEDA

25. 2.

KAKO DO POPUSTA?

Sve što trebaš je na blagajni pokazati X-icu koja potvrđuje tvoj status studenta. Uživaj u kupnji!

#TvojeMisto
I STUDENTI VOLE ISTO

SAZNAJ VIŠE

The advertisement features a bright green background with a pattern of faint, overlapping circles. A hand is shown holding a white student ID card (X-ica) with a QR code. A red banner with white text '-10%' is visible. The date '25. 2.' is circled in red.

S diplomom psihologije i dugogodišnjim iskustvom u glazbi i oglašavanju, Keller zvuku pristupa kao strateškom mehanizmu, a ne dekoraciji. On istražuje kako audio arhetipovi oblikuju percepciju, kako ton glasa gradi povjerenje i kako glazba utječe na doživljaj vrijednosti – pa čak i okusa. Istodobno otvara i teme koje industrija često zaobilazi: AI glasove, stvarni učinak glazbe, pristranost u “estetskim” procjenama te odnos između glasa i društvenih konstrukata. Drugim riječima, propituje koliko su naše kreativne odluke doista neutralne – i koliko su već unaprijed oblikovane zvukom.



Na [Danima komunikacija](#) Keller donosi Sound Thinking — The Power of Audio. Amplified., predavanje koje zvuku vraća mjesto koje mu pripada – u središte strategije. Umjesto da audio bude samo mali dio kampanje, Keller ga postavlja iznad toga: kao alat koji gradi prepoznatljivost, oblikuje percepciju i aktivira emociju brže nego i jedan vizual. Kroz primjere iz prakse i psihologiju zvuka pokazat će kako se glas, glazba i tišina mogu dizajnirati s istom preciznošću kao vizualni identitet – tako da ne budu samo ugodni, nego učinkoviti. Jer ono što publika čuje često odlučuje što će zapamtiti, a ono što zapamti – na kraju i kupuje.

Na glavnoj pozornici Keller se pridružuje [Jürgenu Schmidhuberu](#), nekonvencionalnom profesoru i ocu moderne umjetne inteligencije, [Julie Supan](#), elitnoj brend strateginji koja je postavila marketinške temelje YouTubea, Airbnba, Dropboxa, Reddita i Discorda, [Marku Pollardu](#), jednom od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, [Chrisu Dou](#), kreativnom mentoru poznatom po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, te [Neilu Patelu](#), stručnjaku za digitalni marketing i growth, dodatno potvrđujući poziciju [Dana komunikacija](#) kao mjesta susreta ideja koje dugoročno oblikuju industriju.

[Dani komunikacija](#) i ove godine u Rovinj dovode globalne perspektive i konkretna znanja – na mjestu susreta industrije koja traži više od inspiracije. Više informacija dostupno je na www.danikomunikacija.com.



Moja reakcija na članak je...

Ljubav

o

Haha

o

Nice

o

What?

o

Laž

o

Sad

o

Mad

1

NAPIŠI, DOJAVI, SLIKAJ,
UKAŽI... BUDI DIO NAS.



Dalmacija **Danas**