

 www.vecernji.hr

02. ožujka 16:22:00

AI vam već uzima tržište? Evo tko u Zagrebu otkriva kako ga pretvoriti u vašu najveću prednost

Gabrijela Krešić

Brands & Trends 26. ožujka dovodi stručnjaka koji otkriva kako LLM alati postaju konkurentska prednost



BRANDS&TRENDS



02.03.2026.

u 16:22

Brands & Trends 26. ožujka dovodi stručnjaka koji otkriva kako LLM alati postaju konkurentna prednost

Umjetna inteligencija više nije “nice to have”, nego alat koji već danas odlučuje o brzini i preciznosti strateških odluka u marketingu. No razlika između onih koji je koriste površno i onih koji iz nje izvlače stvarnu tržišnu prednost leži u znanju. Upravo zato, [Brands & Trends](#) u organizaciji Večernjeg lista pokreće prvu praktičnu radionicu posvećenu konkretnoj primjeni LLM alata u izradi brand i komunikacijskih strategija. Svoje karte za radionicu koja će se održati 26. ožujka u zagrebačkoj Uraniji, možete osigurati već danas putem sustava [Entrio](#).

Radionicu vodi Karlo Stojčević, **stručnjak s više od 20 godina iskustva u marketingu**, specijaliziran za transformaciju brendova i njihovu održivost, brand dijagnostiku, strateško planiranje te izradu komunikacijskih platformi i taktika. Osnivač je nezavisne value creation konzultantske kuće TVOJ DOMAGOJ, koja djeluje na relaciji Europa – SAD i okuplja mrežu senior partnera i industrijskih eksperata. Njegova karijera obuhvaća rad s “četiri strane tržišta” – agencijske, klijentske, medijske i konzultantske – uključujući vodeće pozicije u medijskim i oglašivačkim kompanijama. Stojčević je i inovator u području brand alata. Njegov storytelling algoritam “Promethej” nastao je u suradnji s međunarodnom konzultantskom kućom, a s partnericom Mirnom Vrdoljak zaslužan je za više od 15 industrijskih nagrada na [Danima komunikacija](#) u Rovinju posljednjih godina. Autor je knjige “To survive advertising in [Croatia](#) and the region” te brojnih seminara, istraživanja i stručnih publikacija, a njegov LinkedIn serijal “Strategy Fake-Spotting” redovito prati tisuće profesionalaca u regiji.



Jedna od ključnih prednosti radionice je rad u maloj grupi, što omogućuje izravnu interakciju s predavačem i postavljanje pitanja „on the spot“, bez zadržke i bez generičnih odgovora. **Upravo taj format otvara prostor i za networking** – razmjenu iskustava među sudionicima koji dolaze iz različitih sektora, od marketinga i **kommunikacija** do prodaje i menadžmenta. Važno je naglasiti kako radionica nije namijenjena isključivo marketingašima. Znanja su primjenjiva svima koji žele optimizirati korištenje AI alata s ciljem donošenja boljih strateških odluka – menadžerima koji trebaju jasnije argumentirati prijedloge upravi, prodajnim timovima koji žele preciznije prilagoditi poruke različitim klijentima, kao i malim poduzetnicima koji sami grade i pozicioniraju svoj brend.

Ova radionica nije zamišljena kao teorijsko predavanje o umjetnoj inteligenciji. Fokus je isključivo na primjenjivom znanju. Kako LLM alate poput ChatGPT-ja i Perplexityja koristiti kao strateškog partnera, a ne tek kao alat za ispravljanje gramatike ili generiranje generičkih tekstova? Kako strukturirati razgovor s modelom tako da daje relevantne uvide za brand dijagnostiku? Kako ubrzati planiranje komunikacijskih strategija bez gubitka dubine i kvalitete? Polaznici će proći step-by-step pristup promptanju i analizi odgovora, učiti kako simulirati razgovore – od elevator pitcha prema upravi do razumijevanja poteza konkurencije – te kako LLM-ove integrirati u proces strateškog planiranja. **Naglasak je na tome da se znanje može primijeniti već idući dan u uredu.**

– Više od 75 posto ljudi koji se svakodnevno bave marketingom nije imalo kontakt s formalnim, temeljnim marketinškim znanjima – ističe Stojčević, dodajući kako su upravo ta temeljna, formalna znanja ključna za kvalitetno korištenje AI alata. Od 2020. godine održava više od 50 radionica godišnje, a pristup temelji na konkretizaciji: svaka radionica strukturirana je tako da polaznici odnesu jasne, operativne alate i tri ključne poruke **koje mogu odmah implementirati.**

Radionica 26. ožujka u Uraniji traje od 16 do 18 sati i dio je šireg razvoja platforme Brands & Trends, koja uz veliku godišnju konferenciju uvodi i kvartalne radionice te stručni format “Must Reads” s analizama, intervjuima i case studyjima vodećih ljudi industrije, sve informacije možete pronaći i na [našim društvenim mrežama.](#)

Važna obavijest

Sukladno članku 94. Zakona o elektroničkim medijima, komentiranje članaka na web portalu i mobilnim aplikacijama Vecernji.hr dopušteno je samo registriranim korisnicima. Svaki korisnik koji želi komentirati članke obavezan je prethodno se upoznati s [Pravilima komentiranja](#) na web portalu i mobilnim aplikacijama Vecernji.hr te sa [zabranama propisanim stavkom 2. članka 94. Zakona](#).

Za komentiranje je potrebna prijava/registracija. Ako nemate korisnički račun, izaberite jedan od dva ponuđena načina i registrirajte se u par brzih koraka.

Ne propustite

Želite prijaviti greške?

Još iz kategorije

Gabrijela Krešić