

WFA, IAB i globalni stručnjaci na **Danima komunikacija**: što čeka komunikacijsku industriju - Studentski.hr

\$(ByLine)

Zaključen lineup: predstavljeni posljednji govornici, među njima čelnik WFA-a, glavni ekonomist IAB-a Europe te stručnjaci za pažnju i kupnju kao iskustvo.



Dani komunikacija održavaju se od 7. do 10. svibnja hotelu Lone u Rovinju, uz gotovo 100 programskih segmenata i aktivnosti, 200 govornika i nekoliko tisuća sudionika, gdje se jednom godišnje okuplja komunikacijska industrija – oglašivači, agencije, mediji, platforme i druge. Iza takvog okupljanja stoji i **jasna programska ambicija: ne samo okupiti industriju, nego otvoriti pitanja koja izravno utječu na to kako komunikacija danas funkcionira i kako će funkcionirati u budućnosti**. Upravo u tom kontekstu zatvara se lineup glavne dvorane, koja ove godine okuplja predavače čiji rad ide ispod površine vidljivih rezultata u područje stvarnog ponašanja korisnika, mjerljive učinkovitosti i odnosa koji oblikuju tržište.

ČELNIK SVJETSKE **UDRUGE** OGLAŠIVAČA NA FESTIVALU

Stratešku perspektivu globalnih oglašivača na **Dane komunikacija** donosi [Stephan Loerke](#), izvršni direktor World Federation of Advertisers, koji će u razgovoru Inside the Minds of Global Advertisers otvoriti pogled na industriju **iz pozicije onih oglašivača koji definiraju očekivanja, budžete i**

standarde. Kao čelnik organizacije koja okuplja više od 150 najvećih svjetskih brendova i više od 60 nacionalnih **udruga** oglašivača, Loerke donosi uvid u promjene koje se već događaju u odnosima između klijenata i agencija. Poseban fokus bit će **na novim globalnim smjernicama za odabir agencija i provođenje natječaja koje razvijaju WFA i VoxComm, a nedavno ih je u hrvatskom prijevodu izdao i HURA-in Intelligence Hub** s odgovorima i standardima rada koji oblikuju budućnost industrijskih partnerstava.



FOTO: **HURA**

GLAVNI EKONOMIST IAB-A EUROPE PREDSTAVLJA PREDVIĐANJA ZA INDUSTRIJU

Širu sliku tržišta i kretanja koja stoje iza promjena i nestabilnosti u industriji donosi **Daniel Knapp**, glavni ekonomist IAB-a Europe, kroz predavanje Tomorrow's Advertising Market, Today. Knapp se bavi **analizom europskog i globalnog oglašivačkog tržišta**, oslanjajući se na podatke o ulaganjima, medijskim trendovima, razvoju platformi i regulatornim okvirima. Njegov pristup usmjeren je na **razdvajanje kratkoročnih trendova od dugoročnih pomaka**, uz fokus na to gdje se budžeti zaista preusmjeravaju, koji segmenti tržišta ubrzavaju rast i kretanja promjena koje će nakon prezentacije poslužiti kao podloga donositeljima odluka i visokopozicioniranim liderima na festivalu.



FOTO: [HURA](#)

PIONIR EKONOMIJE PAŽNJE O ODNOSU PAŽNJE I PAMĆENJA

Pitanje stvarne učinkovitosti komunikacije dodatno produbljuje [Mike Follett](#), pionir ekonomije pažnje i suosnivač Lumen Researcha, koji u Rovinju gostuje s predavanjem *The Long and the Short of Attention and Memory*. Temeljeći se na jednom od najvećih globalnih istraživanja odnosa pažnje i pamćenja (dentsu Brand Reset), Follett analizira koliko je pažnje potrebno da bi [komunikacija](#) ostavila trag, kako se razlikuju kratkoročni i dugoročni učinci oglašavanja te **zašto većina kampanja ne uspijeva prijeći granicu između “videnog” i “zapamćenog”**. Njegov rad, temeljen na opsežnim eye-tracking podacima, izravno dovodi u pitanje ustaljene metrike i uvodi pažnju kao ključni pokazatelj stvarne vrijednosti komunikacije.



FOTO: [HURA](#)

CONNECTED COMMERCE U PRAKSI

Na festivalu gostuje [Daan Klaver](#), suosnivač i kreativni direktor studija Build in Amsterdam, koji će u predavanju *Commerce, Designed to Connect* otvoriti pitanje konzistentnosti brenda u vremenu kada korisničko iskustvo više nije linearno niti vezano uz jedan kanal. Kroz rad s globalnim brendovima poput **Adidasa, Polaroida i Akrisa**, Klaver razvija pristup u kojem se brend gradi kao povezani sustav, a ne niz odvojenih dodirnih točaka. Njegovo predavanje fokusira se na to **kako dizajnirati iskustvo koje ostaje stabilno bez obzira na platformu**, zašto se većina organizacija i dalje strukturira prema internim procesima umjesto prema stvarnom ponašanju korisnika te što zapravo znači connected commerce u praksi.



FOTO: [HURA](#)

Program donosi i niz predavača čiji rad definira smjer industrije, među kojima su [Jürgen Schmidhuber](#), nekonvencionalni otac moderne umjetne inteligencije, [Julie Supan](#), elitna brend strateginja koja je postavila temelje YouTubea, Airbnba, Dropboxa, Reddita i Discorda, [Mark Pollard](#), jedan od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, [Chris Do](#), poznati dizajner i kreativni mentor poznat po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, [Steve Keller](#), stručnjak za zvučni branding, [Dora Pekeč](#), jedna od ključnih komunikacijskih stručnjakinja iza kampanje Zohrana Mamdanija za gradonačelnika New Yorka, [Alex Cattoni](#), osnivačica platforme The Copy Posse koja okuplja zajednicu s više od pola milijuna marketinških stručnjaka, [Neil Patel](#), globalni stručnjak za digitalni marketing i growth iza milijardi, te [Jule Kim](#), stručnjakinja iz Amazona i Microsofta za leadership, komunikaciju pod pritiskom i donošenje odluka u kompleksnim situacijama.

Zajedno, ovi predavači oblikuju program glavne dvorane koji neće nuditi jednostavne zaključke, nego dublje razumijevanje odnosa između komunikacije, korisnika i tržišta s naglaskom na ono što ostaje nakon što kampanja završi.

Festival počinje sljedeći tjedan, a vremena za prijavu je sve manje – svi koji žele biti dio

ovogodišnjeg izdanja više informacija mogu pronaći na [službenim stranicama festivala](#).

OZNAKE:

ByLine