

**BRANDS**  
**&**  
**TRENDS**



# **BRANDS** **&** **TRENDS**

**INSPIRAMO INOVACIJE. POVEZUJEMO STUČNJAKE. OSNAŽUJEMO BRENDOVE.**

KONFERENCIJA S AKTUALNIM TEMAMA IZ PODRUČJA

# TRANSFORMACIJE I UPRAVLJANJA **BRENDOVIMA**

Večernji list zajedno s top stručnjacima iz područja marketinga, komunikacija i digitala organizira konferenciju na kojoj ćemo ponuditi vrhunski edukativni sadržaj koji će vas inspirirati u svakodnevnom radu.

Stručno, zanimljivo i inspirativno principi su kojima se vodimo.

Naravno, i prilika za “mingl” s kolegama.

# HOTEL ZONAR, ZAGREB

dvorana Evolution

**12. Prosinca 2024.**

Trajanje: 10-17h



DANAŠNJI IZRAZITO **DIGITALNI SVIJET** ZAHTJEVA

# NOVE NAČINE UPRAVLJANJA BRENDOVIMA

Večernji list ove godine slavi 65. rođendan. Prilika je to da se mi kao brend okrenemo iza sebe, propitamo što je to sve omogućilo da opstanemo toliko dugo na tržištu, i što je sve nužno da uzmemo u obzir da bismo opstali još barem toliko dugo.

- Kompanije s dobrim brandingom postižu čak 60% bolje korisničko zadovoljstvo.
- Stabilni i konzistentni brendovi, imaju čak 23% veće prihode.

Potaklo nas je to da organiziramo konferenciju gdje ćemo razmijeniti dobre prakse, inspirirati se i educirati.

Od kojih će brendovi kojima upravljamo biti zdraviji i dugovječniji.



**O ČEMU ČEMO  
DISKUTIRATI  
NA KONFERENCII?**

# I ZAVRŠAVA **BORBA** ZA KORISNIKE?

- Bitka za rast poslovanja ne odvija se u potpunosti na internetu ili na policama trgovina. Umjesto toga, ona se odvija u podsvijesti potencijalnih kupaca, čije su odluke o kupnji podložnije promjenama nego što mnogi voditelji brendova misle.
- Svaki brend ima neiskorišten potencijal rasta i sposobnost da postane automatski izbor za veći broj potrošača.
- Probat ćemo definirati što više ideja kako doći do većeg broja potrošača.





TEME IZ PODRUČJA

# TRANSFORMACIJE BRENDOVA

- Old way <-> new way: što stari brendovi mogu naučiti od mladih i obrnuto
- Umjetnost i znanost učinkovitog oglašavanja
- Kako društvo utječe na promjenu brendova
- Lead management na TikToku
- Kako postići izvrsnost u komunikaciji i pritom osvojiti Cannes Lions
- Inovacije koje oduševljavaju korisnike
- Izgradnja branda na real-time podacima



# PREDAVANJA, PANELI, RADIONICA

## CASE STUDY

- 10-10.10 - uvodni pozdrav Ida Prester + govor (Ivana Krajinović)
- 10.15-11h - prvi predavač
- 11-11.10 - Case study 1 (Cannes Lions 1) – Nikola Žinić (Grey Bruketa Žinić) Marodi kampanja
- 11.15-12h CEO PANEL + Dražen Klarić moderator
- 12-12.15 - pauza
- 12.15-12.45 2. predavač
- 12.45 - 13h Case study 2 (Cannes Lions 2 ili TBD)
- 13-13.30- Panel Lada Tedeschi - Zlatko Hrkač: Old way<-> newway: što stari brendovi mogu naučiti od mladih i obrnuto + Dunja Ivana Ballon (HURA)
- 13.-14h 3. predavač (Marko Matejčić)



# ZANIMLJIVI FORMATI I GOSTI

- U HRVATSKU PO PRVI PUTA DOVODIMO RENOMIRANE SVJETSKJE STRUČNJAKE I LIDERE U PODRUČJU BRENĐ MANAGEMENTA

DINAMIČAN I ZANIMLJIV FORMAT KONFERENCIJE SASĐOJI SE OD:

- PREDAVANJA
- PREZENTACIJA
- CASE STUDY
- INTERVJUI
- RADIONICE
- Kroz konferenciju vodit će nas Ida Prester



# PREDAVAČI



Ana Anđelić, Global Brand Director | 3x Forbes CMO | Autorica knjiga i newslettera "The Sociology of Business,, | Harvard Business Review i Advertising Age autorica | New York



Sorin Patilinet, Marketing Effectiveness Global Leader, Mars. Kolumnist za MarketingWeek , Brisel



Marko Matejčić, Senior Vice President GroupM, London



Nikola Žinić, kreativni direktor i suvlasnik agencije Bruketa&Žinić&Grey



Dario Marčac, Tik Tok konzultant i vlasnik Crew media

I BROJNI DRUGI...

# PREDAVAČI

ANA ANĐELIĆ

Ana Anđelić – sinonim za liderstvo i inovaciju u marketingu

| 3x Forbes CMO | Autorica knjiga „Hitmakers: How Brands Influence Culture i newslettera "The Sociology of Business,, | Harvard Business Review i Advertising Age autorica |

# PREDAVAČI

## Ana Anđelić, New York

S bogatim iskustvom u izgradnji brendova, **njujorška izvršna direktorica Ana Anđelić poznata je po svojoj strateškoj i kreativnoj ekspertizi.**

**Tri puta uvrštena na Forbesovu listu najboljih CMO-a**, Guardian je uvrstio među 10 najboljih digitalnih stratega na svijetu.

Ana je radila kao Chief Brand Officer u Banana Republic i Esprit, gdje je vodila transformaciju strategiju brenda i kreativno repozicioniranje, donoseći novu eru za oba brenda u estetskom izrazu, marketinškoj komunikaciji i dizajnu proizvoda.

**Autorica je dviju knjiga**, „Hitmakers : How Brands Influence Culture” i „The Business of Aspiration” , te piše popularni **newsletter „The Sociology of Business”**.

Ima doktorat iz sociologije i magisterij iz medijskih studija, te često drži javne govore.

Među njezinim istaknutim klijentima su Loewe, Tag Heuer, Sotheby’s, David Yurman, Sergio Rossi, Belvedere, Moët Hennessy, Aldo, Puma, Tom Ford, Citibank, Bloomberg i Toyota.



# PREDAVAČI

**Ana nam donosi zanimljivo predavanje kako strateški graditi brendove koji postaju „hitmejkeri”**

**Moderni brendovi su „hitmejkeri”.** Znati kako utjecati na potrošače kroz suradnje, proizvode, zabavu, ikone i druge kulturne proizvode (i to ne kroz oglašavanje) pitanje je strategije.

Strategija modernih brendova zapravo je strategija kulturnog utjecaja, s markama koje lansiraju što više kulturnih hitova. Kada kulturni hitovi postanu tržišni hitovi, podižući popularnost marke ili povećavajući prodaju proizvoda, donose snažan financijski povrat za tvrtku.

U svom predavanju, kroz niz praktičnih primjera i alata, Ana će podijeliti kako brendovi danas utječu na kulturu, kako bi trebali pristupati publici i kako novi pristup stvaranju kulturnih hitova funkcionira organizacijski i operativno.



# PREDAVAČI

**Sorin Patilinet, Marketing Effectiveness  
Global Leader, Mars**

| Kolumnist za MarketingWeek | Gost predavač  
na Wharton Business School | Startup Advisor &  
Investor | Autor bloga Engineering Marketing |

# PREDAVAČI

## Sorin Patilinet, Bruxelles

Sorin je Marketing Effectiveness Global Leader u tvrtki Mars, gdje vodi Marketing Communication Lab. Njegova uloga uključuje nadzor nad globalnim medijskim i kreativnim istraživanjima, s naglaskom na razumijevanje ponašanja potrošača kako bi se poboljšala učinkovitost marketinga.

Koristeći svoje inženjersko obrazovanje i bogato iskustvo u marketingu robe široke potrošnje, **inovira u digitalnom marketingu, posebno na sjecištu znanosti i tehnologije**. Također, snažan je **zagovornik primjene neuroznanosti za poboljšanje oglašavanja**, pomažući brendovima poput M&M's, Snickersa i Skittlesa da unaprijede svoje marketinške strategije.

Osim toga, Sorin je poznat po svom blogu Engineering Marketing.



# PREDAVAČI

## Marko Matejčić, Senior Vice President GroupM, London

Hrvat koji karijeru uspješno gradi na globalnoj marketinškoj sceni, digitalac 2022. godine prema Europskom IAB-u.

Marko je **Senior Vice President u GroupM, najvećoj svjetskoj medijskoj holding kompaniji**. Platforma *Open Media Studio*, koju vodi, povezuje 43.000 zaposlenih u GroupM, omogućavajući učinkovitiju alokaciju budžeta i poboljšanje rezultata za više od 62 milijarde dolara medijskih investicija klijenata.

Tijekom bogate karijere osvojio je brojne nagrade, uključujući prestižnu nagradu Cannes Lions u kategoriji Data Technology.

**Marko nam donosi svježe zanimljivosti s globalnih tržišta** - na konkretnim primjerima razumjet ćemo **zašto su neke strategije učinkovitije od drugih**, kad je vrijeme za novu kreativu, je li vrijedno ulagati u mlade potrošače itd.

MARKO MATEJČIĆ





# CASE STUDY



NIKOLA ŽINIĆ

**Nikola Žinić, kreativni direktor i suvlasnik  
agencije Bruketa&Žinić&Grey**

Nikola je jedan od najpoznatijih hrvatskih kreativaca i stručnjaka za oglašavanje. Posebno je aktivan u projektima rebrandinga i kreiranju inovativnih kampanja.

Njegov rad donio mu je međunarodna priznanja, **više od 650 nagrada**, uključujući prestižne nagrade poput Cannes Lions.

Nikola nam donosi **case study „Marodi projekta” koji je nagrađen na najpoznatijem svjetskom festivalu komunikacija - Cannes Lions.**

Što čini kampanju moćnom, učinkovitom i uistinu nezaboravnom? Osvrnut će se na tips&tricks koji su potrebni da se vrhunska kreativna dogodi – je li ishodište u problemu koji brend rješava na jedinstven način, dobrom korištenju emocija, ili jednostavno u tome da budemo drukčiji?

# PREDAVAČI

## Dario Marčac, TikTok konzultant i vlasnik Crew media

Dario Marčac **najpoznatiji je stručnjak za TikTok u regiji**. Nekad uspješan TikToker, pretvorio je svoj hobi u uspješno poslovanje – kroz svoj Crew Media danas pomaže brendovima i kreatorima da izgrade uspješne profile na TikToku.

Dario na svom TikTok profilu ima više od 500.000 pratitelja, a njegovi klijenti su ostvarili preko 120 milijuna pregleda.

**Na Brands&trends konferenciji vodit će radionicu pod temom „Lead management na TikToku”**





TikTok RADIONICA

# KAKO OSVOJITI KORISNIKE KROZ LEAD GENERATION

Donosimo u Hrvatskoj još poprilično neistraženu temu Lead Generationa na TikToku u edukativno-radnom formatu – radionica by **Dario Marčac**.

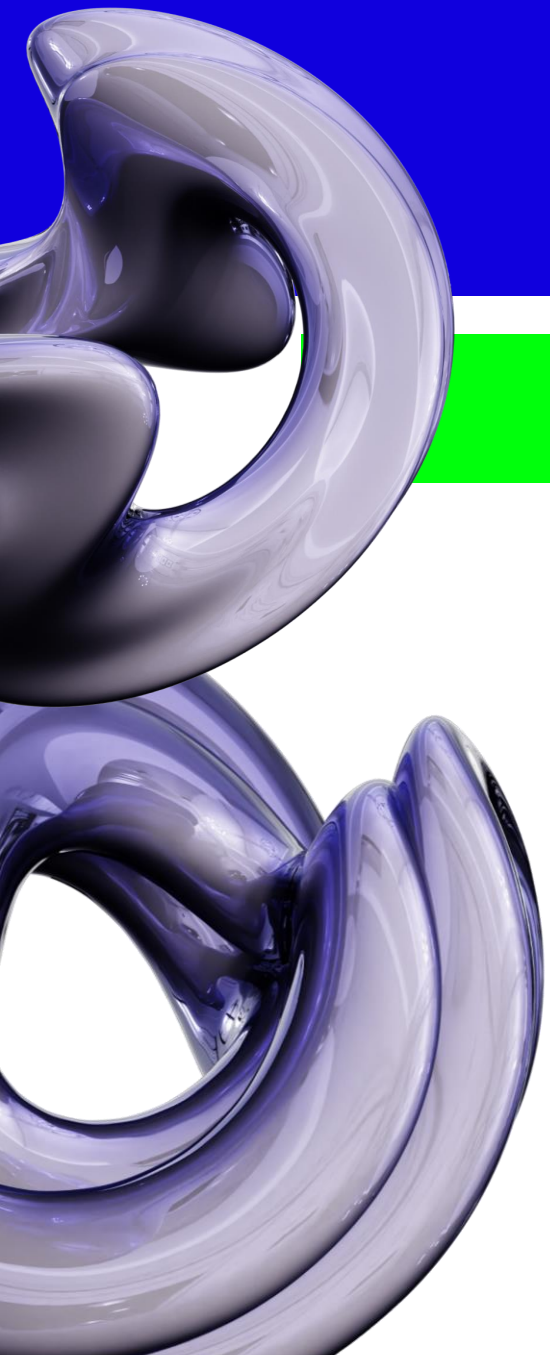
Na radionici ćemo:

- 1. Saznati sve o ključnim smjernicama za osmišljavanje kreativnih ideja specifičnih za Lead Generation kampanje na TikToku, s fokusom na maksimiziranje učinka.
  - 2. Otkriti kako uspješno postaviti Lead Generation kampanje na TikToku koje generiraju relevantne leadove i pružaju mjerljive rezultate.
  - 3. Pružiti konkretne smjernice za povezivanje organskih i plaćenih kampanja kako bi se maksimizirao ROI i efikasno vodilo korisnike kroz prodajni funnel.
- 
- Ograničen broj sudionika (max 20)
  - Radionica u trajanju 2h



# PREDAVAČI

I BROJNI DRUGI PREDAVAČI,  
PANELISTI, GOSTI



# KOGA MOŽETE OČEKIVATI NA KONFERENCIJI

**Konferencija namijenjena profesionalcima koji se bave:**

- Upravljanjem brendovima i marketingom
- Upravljanjem korporativnim komunikacijama,
- HR i Digital profesionalcima
- Agencijama za odnose s javnošću
- Kreativnim agencijama
- Medijskim agencijama
- Vlasnicima kompanija
- Predavačima, studentima,  
svi su dobrodošli...

# MEDIA PLAN

Brands & Trends							
Izdanje	dan objave	datum objave	format	dimenzije (mm)	broj prikaza / objava	jedinična cijena	vrijednost
Print							
Večernji list	studeni		1/2	275x200	4	3.442 €	13.768 €
Poslovni dnevnik			1/1	246x320	4	2.747 €	10.988 €
<b>Ukupno print</b>							<b>24.756 €</b>
Web							
vecernji.hr	studeni		Rectangle	300x250	800.000	0,04 €	28.000 €
			Halfpage	300x600	200.000	0,02 €	4.000 €
			Takeover	320x480	200.000	0,08 €	16.000 €
			Slider	1920x1080	200.000	0,72 €	144.000 €
poslovni.hr	studeni		Rectangle	300x250	400.000	0,04 €	14.000 €
			Halfpage	300x600	100.000	0,02 €	2.000 €
			Takeover	320x480	100.000	0,08 €	8.000 €
Društvene mreže							
LinkedIn Poslovnog dnevnika							
Youtube Poslovnog dnevnika							
Meta (Facebook Poslovnog dnevnika)							
Meta (Facebook i Instagram Večernjeg lista)							
<b>Ukupno web</b>							<b>216.000 €</b>
						Ukupno EUR:	<b>240.756 €</b>
*Večernji list zadržava pravo izmjene MP-a							
**Na sve cijene obračunavamo stopu PDV-a							



**HVALA**