

PROGRAM

09:00	REGISTRACIJA UZ KAVU DOBRODOŠLICE
09:30	POZDRAVNI GOVOR – Bojana Božanić Ivanović , Lider, direktorica
09:40	UVOD U PANEL KAKO DIZAJN DIGITALNIH PLATFORMI NAVODI POTROŠAČE NA VEĆU POTROŠNJU? Digitalne platforme danas nisu dizajnirane samo da budu funkcionalne. Njihov cilj često je usmjeriti pažnju korisnika i utjecati na donošenje odluka. Predavanje će kroz perspektivu bihevioralne znanosti i istraživanja pažnje prikazati kako dizajn digitalnih okruženja i mehanizmi platformi mogu poticati veću potrošnju. Također će otvoriti pitanje gdje se nalazi granica između poboljšanja korisničkog iskustva i manipulacije korisnicima. Kroz interaktivne primjere sudionici će imati priliku promisliti koliko su naše digitalne odluke doista autonomne. – izv. prof. dr. sc. Sonja Perković , Sveučilište Aarhus, Odsjek za menadžment, Danska
10:05	PANEL KUPCI NE KUPUJU PROIZVOD NEGO ISKUSTVO: KAKO TO MONETIZIRATI Kupci danas sve rjeđe donose odluke isključivo na temelju proizvoda ili cijene već presudno postaje iskustvo koje imaju tijekom cijelog korisničkog puta. Panel će otvoriti pitanje tko zapravo oblikuje odluku kupca: marketing, UX, brend ili algoritam. Razgovarat će se o granici između optimizacije korisničkog iskustva i manipulacije ponašanjem te o tome kako kompanije monetiziraju pažnju, emocije i navike korisnika. – izv. prof. dr. sc. Sonja Perković , Sveučilište Aarhus, Odsjek za menadžment, Danska – Nataša Trsljić Štambak , Grayling, regionalna direktorica za CEE regiju – Marcel Majsan , eCommerce Hrvatska, predsjednik Udruge – Sandra Babić , Lider, voditeljica razvoja novih proizvoda i voditeljica podcasta /// moderatorica
10:35	PANEL LLM-OVI, AI AGENTI I BORBA ZA PAŽNJU KORISNIKA LLM-ovi, AI agenti mijenjaju način na koji korisnici pretražuju informacije, otkrivaju brendove i donose odluke. U svijetu u kojem umjetna inteligencija sve češće postaje posrednik između korisnika i interneta, pitanje više nije samo kako dobiti klik nego kako ostati relevantan. Panel će otvoriti raspravu o tome kako AI mijenja marketing, vidljivost i korisničko ponašanje te što postaje nova konkurentna prednost u ekonomiji pažnje. – Ivana Bilić , Atlantic Grupa, viša stručnjakinja za digitalni marketing – Hrvoje Pilić , Ahelon, CEO – Barbara Slade Jagodić , SLADE.hr, SEO i online branding stručnjakinja – Gordana Gelenčer , Lider, novinarka /// moderatorica
11:05	2:1 RAZGOVOR AI PIONIRI OD EKSPERIMENTA DO REVOLUCIJE: 3 GODINE KASNIJE, EVO ŠTO SMO NAUČILI Prije tri godine Podravka i Croatia osiguranje među prvima su ozbiljno krenuli u primjenu umjetne inteligencije. Danas, nakon milijuna interakcija i brojnih iteracija, vrijeme je za pitanje: što se pokazalo kao stvarna vrijednost, a što je ostalo samo hype? Panel donosi iskustva dviju kompanija koje su AI projekte pretvorile u konkretne poslovne rezultate te otvara teme razvoja AI proizvoda, organizacijske transformacije, hiperpersonalizacije i ključnih lekcija na putu od prvih eksperimenata do AI revolucije. – Marko Čosić , Croatia osiguranje, Direktor digitalnog poslovanja u CO i voditelj LAQO-a i CO digitala – Ksenija Latković Kozarac , Podravka, direktorica službe digitalne komunikacije – Julian Dawkins , Infobip, Principal Product Marketing Manager /// moderator
11:40	PAUZA ZA KAVU
12:15	PREDAVANJE KAKO BITI SVAKI DAN ZANIMLJIV, A ISTOVREMENO DUGOROČNO „DOSADAN“? Današnji brendovi, ali i marketingaši, moraju plivati, i isplivati u izrazito fragmentiranom medijskom svijetu. Bezbroj formata, kanala, točaka u kojima možemo dosegnuti potrošača. Algoritmi društvenih mreža koji traže da ih konstantno hranimo novim sadržajem. Pažnja potrošača raspršena i treba je dobiti u par sekundi. Istovremeno znamo kako je najvažnije za brand da bude konzistentan, da dugoročno gradi jaku priču. Najveći svjetski brendovi dosljedni su i ne mijenjaju se godinama. Kako uskladiti ova dva naizgled nespojiva svijeta? Kako biti prepoznatljiv i svoj, ako svaki dan trebaš donijeti nešto novo, zanimljivo, drukčije. Što radi, a što ne radi i kako graditi jake brendove u fragmentiranom medijskom kaosu, otkrit ćemo u ovom predavanju. – Marija Jakeljić , Brown Fox, vlasnica

PROGRAM

12:35	<p>PANEL</p> <p>MARKETING DOVODI, PRODAJA ZATVARA - A GDJE CURI NOVAC?</p> <p>Marketing generira leadove, prodaja traži rezultate, a između ta dva svijeta često nastaje najveći gubitak prihoda. Panel će se baviti pitanjem zašto veliki broj potencijalnih kupaca nikada ne postane stvarni prihod, gdje dolazi do sukoba KPI-jeva te kako uskladiti marketinške i prodajne timove oko zajedničkog cilja. Fokus razgovora bit će na jedinstvenom funnelu, stvarnim metrikama uspjeha i odgovornosti za revenue.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Iva Mihalj, Aircash, Senior Sales Marketing Specialist – Vedran Hrgović, Telemach, Executive Director Marketing – Sandra Babić, Lider, voditeljica razvoja novih proizvoda i voditeljica podcasta /// moderatorica
13:05	<p>PANEL</p> <p>BITKA ZA VIDLJIVOST: JESU LI KLIKOV IZGUBILI UTAKMICU?</p> <p>U eri prezasićenosti sadržajem klik više nije garancija pažnje, povjerenja ni prodaje. Panel će okupiti različite perspektive: performance marketing, brand marketing, medije i biznis kako bi otvorili raspravu o tome jesmo li godinama optimizirali pogrešne metrike. Govorit će se o inflaciji sadržaja, utjecaju platformi na vidljivost te pitanju vrijede li klikovi danas manje nego ikada prije.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marina Čulić Fischer, Dialog komunikacije, Managing Partner – Anamaria Todorčić, Styria Hrvatska, Director of Digital Strategy – Ivan Dvorski, 404 agencija, Head of Growth – Gordana Gelenčar, Lider, novinarka /// moderatorica
13:35	<p>PANEL</p> <p>AI U PRODAJI: HOĆE LI PRODAVAČI NESTATI ILI POSTATI SUPERLJUDI?</p> <p>Umjetna inteligencija mijenja način na koji prodajni timovi rade, analiziraju podatke i komuniciraju s kupcima. Panel će otvoriti pitanje koje će uloge AI preuzeti, a što će ostati isključivo ljudska prednost poput pregovaranja, empatije i izgradnje povjerenja. Govorit će se o automatizaciji prodajnog procesa, korištenju AI-a u sales funnelu te o tome hoće li tehnologija zamijeniti prodavače ili ih pretvoriti u učinkovitije "superljude".</p> <ul style="list-style-type: none"> – dr. sc. Lordan Kondić, pred. Sveučilište Algebra Bernays, predavač na diplomskom studiju digitalnog marketinga i marketinški konzultant – Roberto Levak, Scoreminds, psiholog i marketing strateg – Ivica Kruhek, Marker, CEO – Ksenija Puškarić, Lider, novinarka /// moderatorica
14:05	<p>PANEL</p> <p>SPONZORSTVO ILI STRATEGIJA: KAKO SPORT PRETVORITI U STVARNI POSLOVNI REZULTAT</p> <p>Sportska partnerstva danas više nisu samo pitanje vidljivosti logotipa ona postaju alat za izgradnju lojalnosti, emocije i dugoročnog odnosa s publikom. Panel će istražiti kako sponzorstva mogu generirati stvarni poslovni rezultat, na koji način sport utječe na percepciju brenda te kako mjeriti učinak sportskih ulaganja kroz prodaju, PR i reputaciju.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nikola Milojević, Futsal Dinamo, predsjednik Uprave – Tamara Karagijić, INA, direktorica Korporativnih komunikacija i marketinga – Marko Galić, Lidl Hrvatska, Head of Marketing for Croatia & Slovenia – Juraj Grizelj, JAKO Sport, Direktor marketinga – Marijan Palić, Atomski marketing, stručnjak za digitalni marketing /// moderator
14:35	<p>RUČAK I NETWORKING</p>