

PROGRAM

09:30	REGISTRACIJA UZ KAVU DOBRODOŠLICE
10:00	POZDRAVNI GOVOR
10:05	PANEL: TKO NE PERSONALIZIRA, NE PRODAJE Hiperpersonalizacija mijenja pravila igre: 40% kupaca odbija proizvode/usluge ako nisu prilagođeni njihovim potrebama, dok tvrtke s uspješnim strategijama personalizacije ostvaruju 40% veći prihod. Kako AI i chatbotovi pomažu u kreiranju personaliziranih iskustava? – Marija Jakeljić, Brown Fox, vlasnica – Lucija Knežić, Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Leapmotor, Fiat, Fiat Pro, Jeep, Alfa Romeo i Abarth, Head of Media and Marketing Digital Unit – Sandra Babić, Lider, novinarka /// moderatorica
10:35	PANEL: EKRANI SVUDA OKO NAS: NOVA PRAVILA IGRE ZA OGLAŠIVAČE Nove tehnologije poput DOOH (Digital Out-of-Home) i CTV (Connected TV) mijenjaju marketinško okruženje, omogućuju preciznije ciljanje i interaktivnost. Kako iskoristiti ove tehnologije za maksimalni doseg i angažman? Što publika očekuje od oglasa na digitalnim ekranima? Kakvu vrijednost donose publici, a kakvu oglašivačima i kako ne upasti u zamku korištenja nove tehnologije samo zato što je - fora? – Davor Bruketa, Bruketa&Žinić&Grey, kreativni direktor i suosnivač agencije – Ivana Bilić, Atlantic Grupa, viši specijalist za digitalni marketing – Dean Udatny, GO2Digital, Marketing Director – Kristijan Kušić, Pro media group, Performance Marketing Specialist – Sandra Babić, Lider, novinarka /// moderatorica
11:05	PREZENTACIJA: KAKO OTKLJUČATI PUNI POTENCIJAL KUPACA – PODATKOVNE I AI STRATEGIJE ZA UBRZANI POSLOVNI RAST Otkrijte kako, temeljem anonimnih podataka o kupovinama, prepoznati obrasce ponašanja i sklonosti potrošača – ne samo u FMCG industriji, već i šire. U predavanju ćemo predstaviti načine za pametno upravljanje troškovima uz pomoć A/B testiranja i pokazati kako umjetna inteligencija može povećati učinkovitost marketinških ulaganja. Kroz primjenu ovih naprednih alata, tvrtke mogu ostvariti snažan rast i steći prednost pred konkurencijom. – Corina Bulimar, Mastercard, direktorica za poslovni razvoj
11:15	PREZENTACIJA: 2.5 GREŠKE U PRODAJNOM RAZGOVORU U prosječnom prodajnom razgovoru napravi se u prosjeku 2,5 grešaka. Prva na početku. Druga u sredini. I pola greške na kraju. Svaka je opasna. Zajedno su fatalne za bilo kakav uspjeh. Koje su to greške i kako ih izbjeći - objasniti ćemo kroz praktične primjere iz prodajne svakodnevnice. – Danijel Bićanić, Bićanić Consulting, poslovni konzultant i prodajni trener

PROGRAM

11:35	PANEL: PRODAJA S POVJERENJEM: ŠTO KAD STARI TRIKOVI VIŠE NE RADE? U vrijeme kada su kupci sve više imuni na tradicionalne prodajne pristupe, upravljanje prodajnim timovima zahtijeva promjenu paradigme. Više nije dovoljno samo prodavati – potrebno je graditi povjerenje i dugoročne odnose s kupcima. Kako motivirati timove da prodaju na nov način, koristeći coaching, emocionalnu inteligenciju i AI alate? Zašto je ulaganje u odnose ključno u doba nepovjerenja prema marketinškim porukama? – Mislav Galler, Telemach, član Uprave i COO – Maja Žilić, Unconditional, direktorica maloprodaje Zoocity-a – Goran Kovačević, Aircash, direktor prodaje – Gordana Gelenčer, Poslovni plan /// moderatorica
12:05	PAUZA ZA KAVU
12:35	PANEL: POSLOVNI INFLUENCERI: TKO UTJEČE, TAJ ZARAĐUJE? Poslovni influenceri na LinkedInu postali su ključni igrači u promociji brendova i generiranju prihoda. Kako koriste taktike poput storytellinga, autentičnosti i stručnog pozicioniranja za izgradnju osobnog brenda? Može li se živjeti isključivo od angažmana na LinkedInu? Uz to, rasprava će obuhvatiti i ulogu podcasta u jačanju brenda – kako poduzetnici i kompanije koriste ovaj medij za povezivanje s publikom i povećanje utjecaja? – Manuela Šola, Komunikacijski laboratorij, CEO – Mateo Ćorluka, Human LAB, voditelj – Velibor Panić, Narativ komunikacije, izvršni direktor – Roko Kalafatić, Lider, novinar /// moderator
13:05	PANEL: CIJENA INFORMACIJE: IZAZOVI I STRATEGIJE NAPLATE SADRŽAJA Mediji se suočavaju s izazovima monetizacije u digitalnom dobu: Paywall, pretplate i balansiranje između besplatnog i plaćenog sadržaja. Kako odlučiti koji sadržaj pustiti besplatno, a koji naplatiti? Kako privući mlađu publiku koja očekuje besplatan pristup? Što se mijenja u media buyingu i kako mediji prilagođavaju strategije za različite ciljne skupine? – Ivan Pleše, Adtech Lab, suosnivač – Miran Pavić, Telegram, CEO – Vjekoslav Srednoselec, dentsu Southeast Europe, Chief Operating Officer – Marijan Palić, Atomski marketing, stručnjak za digitalni marketing /// moderator
13:35	PANEL: KAD GORI, TKO GOVORI? KRIZNO KOMUNICIRANJE U PRAKSI. Krizno komuniciranje ključno je za očuvanje reputacije u izazovnim situacijama. Kako kompanije mogu pretvoriti nepriliku u priliku? Fokusiramo se na praktične primjere: od brze reakcije i transparentnosti do strateškog upravljanja. Koji su ključni koraci za uspješno krizno komuniciranje i tko je sve uspješno, u svijetu i kod nas, 'doktorirao' krizno komuniciranje? – Kristina Laco, Colić, Laco i partneri, Managing Partner/ HURA i IAB Croatia, članica Uprave – Nataša Trslić Štambak, Grayling CEE, Managing Director – Marina Bolanča, Abeceda komunikacije, CEO /// moderatorica
14:05	RUČAK I NETWORKING
15:30	KRAJ