

FESTIVALSKI DAN



30.05.

9:15

Registracija

10:15 - 10:30

Opening: Jovan Stojanović, COO/Managing Director, DIRECT MEDIA United Solutions

10:30 - 11:30

Key note: Ravid Kuperberg, partner, Mindscapes: The Story of „StoryTeching“ ili Kako se inovativna tehnologija prenosi u efektno pripovedanje

Za početak: šta je uopšte StoryTeching? Odogovor na pitanje kako su se tehnologija, podaci i brend narativi spojili u jedno i to na neverovatno različite i atraktivne načine, saznaćete upravo na ovom predavanju. Naš gost, Ravid Kuperberg iz agencije Mindscapes iz Izraela, koja je jedan od čestih predavača Kanskog festivala, otkriva sve o tome kako je tehnologija munjevitom brzinom postala integralni deo modernog pripovedanja priče brenda. Na ovom interaktivnom predavanju preispitujemo najvažnije inovativne i nagrađivane kampanje koje primenjuju efektan kreativni StoryTeching. Dolazimo do praktičnih alata za razmišljanje kojima se misaoni proces usmerava i dovodi do jedinstvenog korišćenja inovativne tehnologije. Ravid najavljuje atraktivan i zabavan sadržaj koji prelazi granicu između digitalnog i fizičkog, između onlajn i oflajn sfera.

11:30 - 11:45

Pauza za kafu i networking

11:45 - 12:15

Srdjan Đurđević, R&D Director, United Grupa: „Innovation in TV“

Kakav je svet inovacije vezan za novu eru televizije i kako United Grupa kroz svoje inovacije, a pre svega EON smart box i EON aplikaciju modernizuje regionalno tržište. Kroz konkretnе analitike, Srdjan će nam prikazati promene u navikama konzumacije televizije i kako se Machine learning i Artificial intelligence koriste u upotrebi obrade TV sadržaja i metadata. Šta se dešava na globalnom polju pre svega po pitanju agregacije globalnih sadržaja OTT provajdera kroz Smart Box i jedinstveni user experience?

12:15 - 12:45

Willem Janssen, direktor SSP prodaje, Beneluks/Centralna i Istočna Evropa, FreeWheel, Comcast kompanija: Ko je originalni influenser?

Pošto su društvene mreže doživele uspeh, pojавila se moćna ekonomija influensera. Istovremeno su isti pomaci u digitalnoj tehnologiji omogućili da se televizija brzo razvija. Willem Janssen će pričati o svojim pogledima na prošlost, sadašnjost i budućnost televizije i razlog zbog kog je ona i dalje najefikasnija platforma za dosezanje ciljnih grupa i uticaj na njih.

12:45 - 13:45

Snack pauza

13:45 - 14:15

Key note: Jon Burkhart, marketinški konsultat TBC Global, strateg za sadržaj i koautor knjige Newsjacking: Constant Curiosity – kako neočekivana pitanja stvaraju trenutke za pamćenje?

Predavanje specijalnog gosta ovogodišnje DMA Jon-a Burkharta, najbolje opisuju reči velikog novinara i komunikatora Ian-a Leslie-a: Ako pustite svoju radoznalost na slobodu, prekršićete sva pravila postavljanjem pitanja koja se niko nije setio da postavi. Dobra vest je to što se većina brendova ne upušta u te opasne vode. Burkhart je sebi zadao zadatku da, na predavanju za polaznike naše Akademije, probudi vašu veština da spontano postupite u skladu sa svojim radoznalim porivima. I to sve sa jednim ciljem: da kreirate sadržaj koji prosto puca od neočekivanog. Da pojednostavimo: Jon će vas naučiti da koristite Provokaciju, Originalnost, Razigranost i iznenađenje (u različitim odnosima i dozama). Možda se pitate zašto i sa kojom svrhom? Krajnji rezultat Burkhartovog uzbudljivog razmišljanja nije samo još jedno u nizu interesantnih predavanja i nepodeljena pažnja svih prisutnih. Naprotiv. Krajnji cilj je vaša (možda zaboravljena, a možda nikad otelotvorena) sposobnost da se bolje povežete s promenljivim potrebama svoje ciljne grupe. Jednom kada usvojite takozvani PORI model, vaš sadržaj će započeti provokativnim pitanjem koje temeljno ispituje i otkriva koren problema za vašu ciljnu grupu. Kada polazite od istine, nesumnjivo ćete doći i do originalnog rešenja koje je suštinski ljudsko. Na taj način, približavate se sve brže i brže cilju da zaintrigirate čovečiju urođenu potrebu za igrom i iznenađenjem. U okviru pronicljivog audiovizuelnog nastupa, Jon otkriva kako brendovi stvaraju jedinstvene i nezaboravne trenutke. Pripremite se za nešto sasvim neočekivano, jer je ovo predavanje jednim delom i stand up komedija, a drugim delom istraživački izveštaj. Očekujte interaktivno i dinamično pripovedanje čiji je cilj da u sebi pronađete nove načine da za svoj brend i njegove potrošače stvarate nezaboravne trenutke. Jer, jednom se živi a život je igra, neko reče. Da li se slažete?

14:15 - 14:45

Vladimir Vulić, menadžment konsultant, suosnivač Digitalizuj.Me. i programski direktor konferencije Spark.me: Novi model digitalno transformisane organizacije

Ako bismo morali prstom da pokažemo na glavnog krivca za maltene neuvhvatljiv ritam promena u biznisu, to bi bez ikakve sumnje bila digitalna transformacija. Danas, više nego ikad, živimo u vremenu u kojem ekonomske, tehnološke i društvene sile na neki način degradiraju hijerarhiju i birokratiju. Kao posledicu toga imamo to da se društvo i tehnologija menjaju brže nego sposobnost većine nas da se tim promenama prilagodimo. Nekada inovativne kompanije, lideri na polju kreativnog i uvek živog razvoja, tavore i jedva preživljavaju jer njihovi poslovni modeli (koji su uspešno razvijani i testirani decenijama) postaju prevaziđeni preko noći. Mogu one do mile volje da krive nezaustavljivu i često nemilosrdnu tehnologiju i njeno leglo poput interneta i društvenih medija, koji skoro pa šizofrenim tempom menjaju navike mlađih generacija – ali sve to nimalo neće doprineti realnosti sa kojom moraju da se suoče i koja jedina može doneti uspeh u budućnosti. Gde je onda rešenje? Da li ga uopšte ima u ovoj tako nestalnoj korelaciji uspeha i promena koje dolaze? Vladimir na ovom predavanju daje odgovor, a on leži u hitnoj potrebi za prilagođavanjem revoluciji u menadžmentu – usvajanje novog operativnog sistema za poslovanje će omogućiti prelazak na novi umreženi organizacioni model koji promoviše otvorenost, zajednički rad i izgradnju odnosa.

14:45-15:15

Dragan Bjelogrlić, glumac, reditelj i producent: Da li je Srbija spremna za internet platforme?

Od našeg proslavljenog umetnika koji se oprobao sa obe strane kamere, ali i u brzacima producentskih voda – slušamo o tome gde se tačno nalazimo na mapi svetske produkcije i inovacija na polju filmske umetnosti. Da li je Srbija spremna za internet platforme, kakvi su naši gledaoci – koliko su zahtevni, na šta su navikli i šta očekuju od novih projekata? Svoje bogato iskustvo, Dragan Bjelogrlić nam servira na tacni, iskreno i bez uvijanja. Pričamo i o šablonima ili pak različnostima – koji su obavezni elementi za uspeh filmskih projekata u Srbiji i kakav je to sadržaj (i kako se kreira) koji ima najveće izglede da zadovolji pomalo jogunastu ali, vernu regionalnu publiku?

15:15

Dodela diploma polaznicima modula Mediji i Brending