

KOM ferencija

2.5. - 3.5. 2022. ZAGREB,
HILTON GARDEN INN

KRATKI PREGLED

KOMferencija 2022. održala se 2. i 3. svibnja u HILTON GARDEN INN, u Zagrebu. Okupila je komunikacijske stručnjake i entuzijaste s ciljem razmjene znanja, iskustava i ideja iz područja odnosa s javnošću, komunikacija, medija i društvenih utjecaja.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Sadržaj

Sadržaj	1
1. Kratki pregled.....	3
O KOMferenciji	3
Opis KOMferencije	3
Program.....	3
2. Pregled programa.....	4
Ponedjeljak, 02.05. – Dvorana 1	4
Ponedjeljak, 02.05. – Dvorana 2.....	5
Utorak, 03.05. – Dvorana 1	5
Četvrtak, 05.12. – Dvorana 2.....	6
3. Pregled sadržaja programa	8
Rat narativa	8
Druga strana Medalje - kako se žene probijaju kroz političku džunglu? ...	8
Žutim vlakom u bijelim čarapama na more – krizno komuniciranje turizma u Češkoj tijekom pandemije korona virusa	9
Sport u pandemiji – Kako je huk s tribina zamijenio muk?	9
ŠTO SMO NAUČILI OD PANDEMIJE – Cijenimo li znanje danas više, jesmo i kao društvo napredovali?	9
I ja želim biti zvijezda LinkedIna!.....	10
Neki novi klinci	11
Radionica - Komunikacijska umjetnica.....	11
Muke i slasti po TikToku.....	12
Kako održivo komunicirati održivo?	12
Kako nemoguće učiniti mogućim: komunikacijske kampanje koje mijenjaju živote	13
Upravlja li krizom ili ona upravlja vama?	13



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



NAJTEŽI KOMUNIKACIJSKI POSAO U ZEMLJI – Glasnogovornik Vlade RH – ultimativni spin doktor, vatrogasac, ili strateški savjetnik?	14
Krize, lideri i mentalno zdravlje	15
Utjecaj krize na strategiju uvođenja eura	16
Mediji u novom vremenu. Kako preživjeti?	17
Lokalno za globalno – s gradonačelnicima o važnosti komuniciranja javnih politika	17
Digitalne komunikacijske platforme u državnom i javnom sektoru	18
Dobar, loš, zao – native oglašavanje u 2022. powered by IAB Croatia ..	18
Koliko ta komunikacija stvarno vrijedi?	19
Radionica - Otpornost na stres	19
Gorimo li za PR ili sagorijevamo?	20
Interna komunikacija u hibridnom okruženju	21
Prvi se pamte	21
E-commerce kao budućnost influencers marketinga	22
4. Sponzori	23



1. Kratki pregled

O KOMferenciji

Nakon dvije godine pauze, 2. i 3. svibnja održalo se novo izdanje godišnje konferencije o komunikacijama koju organizira Hrvatska udruga za odnose s javnošću – HUOJ. KOMferencija se održala u Hilton Garden Inn u Zagrebu, Radnička cesta 21.

Opis KOMferencije

Tema ovogodišnjeg izdanja je – kriza. Među panelistima su vodeći komunikatori Vlade, 'Stožera', HNB-a, Ministarstva financija, pričat ćemo o popisu stanovništva i ubrzanoj digitalizaciji javne uprave, a ugostit ćemo i glavne urednike vodećih hrvatskih medija. Osim brojnih panela, u programu KOMferencije svoje mjesto pronaći će i sadržaj za studente te brojna stručna predavanja.

Program

Program KOMferencije uključivao je predavanja, panel rasprave i radionice koje su se bavile aktualnim temama komunikacije, medijskog utjecaja, brendiranja poslodavaca, društvenih mreža i strategija javnog nastupa.



2. Pregled programa

Ponedjeljak, 02.05. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Otvaranje Panel	Otvaranje konferencije Rat narativa	Davor Boban, Jelena Jurišić, Hrvoje Zovko, Dragan Nikolić, Mario Aunedi Medek
Panel	Druga strana Medalje - kako se žene probijaju kroz političku džunglu?	Branka Bakšić Mitić, Jasna Petek, Sunčana Glavak, Dragica Ratković, Vlatka Vučić Marasović
Predavanje	Žutim vlakom u bijelim čarapama na more	Dubravko Miholić
Panel	Sport u pandemiji – Kako je huk s tribina zamijenio muk?	Tomislav Pacak, Bruno Kovačević, Filip Orlić
Panel	ŠTO SMO NAUČILI OD PANDEMIJE	Boris Jokić, Dragan Bagić, Vladimir Preselj
Panel	I ja želim biti zvijezda LinkedIna!	Danijel Bićanić, Milan Horvat, Dubravka Štefanac Vinovrški, Dragan Petric, Marina Čulić Fischer
Svečana dodjela nagrada Grand Prix 2022 - Studio Katran Party	Studio Katran	



Ponedjeljak, 02.05. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Panel	Neki novi klinici	Ozren Tabaković, Albert Gajšak, Daniel Ackerman, Maida Štupac, Vedran Višnjić
Radionica	Komunikacijska umjetnica	Jelena Makovčić
Panel	Muke i slasti po TikTok	Dario Marčac, Nina Marković
Predavanje	Kako održivo komunicirati održivo?	Marija Pujo Tadić
Predavanje	Kako nemoguće učiniti mogućim	Gordan Turković
Predavanje	Upravljate li krizom ili ona upravlja vama?	Renata Krajačić, Bojana Mandić

Utorak, 03.05. – Dvorana 1

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Panel	NAJTEŽI KOMUNIKACIJSKI POSAO U ZEMLJI	Marko Milić, Mario Aunedi Medek
Panel	Krize, lideri i mentalno zdravlje	Zvonimir Galić, Damir Zorić, Jelena Slade-Šilović, Tomislav Radoš, Andrea Čović Vidović
Panel	Utjecaj krize na strategiju uvođenja eura	Boris Vujčić, Velimir Šonje, Eljana Čandrlić, Vanja Dominović, Violeta Colić
Panel	Mediji u novom vremenu. Kako preživjeti?	Goran Ogurlić, Filip Raunić,



Panel	Lokalno za globalno	Tihomir Ladišić, Anamaria Todorić, Marija Slijepčević Ivan Radić, Marko Filipović, Filip Zoričić, Jerko Trogrlić
Panel	Digitalne komunikacijske platforme	Lidija Brković, Jure Sertić, Bernard Gršić, Anton Brkić, Luka Balvan

Utorak, 03.05. – Dvorana 2

Format	Naslov	Sudionici / Moderator
Panel	Dobar, loš, zao – native oglašavanje	Alina Radusin, Ines Rukljač, Neven Jacmenovića, Vanja Bertalan
Predavanje	Koliko ta komunikacija stvarno vrijedi?	Ante Šalinović
Radionica	Radionica o otpornosti na stres	Zvonimir Galić, Mitja Ružojčić, Business Psychology Lab
Predavanje	Gorimo li za PR ili sagorijevamo?	Sanja Milković Šipek, Vlatka Šelimber
Panel	Interna komunikacija u hibridnom okruženju	Mirela Kotarac, Ivan Zubak, Martina Roša, Vladimir



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Panel	Prvi se pamte			Kosanović, Sanja Petek Mujačić Marina Bolanča, Nina Išek Međugorac, Snježana Bahtijari, Ana Gruden
Predavanje	E-commerce influencers marketinga	kao	budućnost	Katja Grubiša



3. Pregled sadržaja programa

Rat narativa

Rat u Ukrajini je u velikoj mjeri propagandni i informacijsko-komunikacijski rat. Manipulacija različitim stvarnostima je postala normalna kao jutarnja higijena, a brutalna medijska cenzura koja podrazumijeva zabranu rada pojedinih medija, ili čak zakonske odredbe kaznenog progona legitiman alat ratovanja.

U uvodnom dijelu dobit ćemo prezentaciju narativa obiju strana – kratki pregled, isticanje uspješnih i neuspješnih primjere/situacija s obje strane.

Panelisti: Davor Boban, Jelena Jurišić, Hrvoje Zovko, Dragan Nikolić

Moderator: Mario Aunedi Medek

Druga strana Medalje - kako se žene probijaju kroz političku džunglu?

Žene su još uvijek podzastupljene na vodećim pozicijama diljem svijeta. Prema UN-ovom izvješću Women in Politics za 2021. godinu, Hrvatska se nalazi na niskom 50. mjestu u svijetu po broju žena u Saboru sa samo 31,1 posto, odnosno 47 žena od 151 zastupnika.

Što se tiče broja ministrica, Hrvatska se prema UN-ovim podacima nalazi na 80. mjestu s 23,5 posto žena, odnosno njih 4 od ukupno 17 ministara u Vladi.. Podzastupljenost žena u politici jedna je od dimenzija rodne neravnopravnosti, zato nam je važno da se progovori o tim temama i iz konteksta komunikacije. Neka od pitanja na koja tražimo odgovor su: Kako komuniciraju političarke u odnosu na političare? Što im je u komuniciranju bitno? Na što biste upozorili žene koje tek ulaze u politiku? Što ste iz prijašnjih radnih iskustava koristili u svome radu danas? Jeste li zadovoljni s medijskom slikom žena u politici? Što mislite da bi se moglo, ali i trebalo promijeniti? Na koji način biste željeli potaknuti ostale žene da se aktiviraju?



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Panelisti: Branka Bakšić Mitić, Jasna Petek, Sunčana Glavak, Dragica Ratković

Moderatorica: Vlatka Vučić Marasović

Žutim vlakom u bijelim čarapama na more – krizno komuniciranje turizma u Češkoj tijekom pandemije korona virusa

Predavač: Dubravko Miholić

Sport u pandemiji – Kako je huk s tribina zamijenio muk?

Sport se igra zbog publike, a sportaši i sportske momčadi svoj brend grade kroz svakodnevnu komunikaciju s navijačima. Direktna komunikacija s fanovima, medijsko praćenje sportaša i njihovih uspjeha, publika na tribinama sportskih natjecanja – sve je to u pandemiji bilo gotovo pa nemoguće. Takva ograničenja utjecala su i na financijsko stanje u sportu, u vremenu kada se domaći sport već nalazio u brojnim problemima.

Sport je jedna od industrija koju je pandemija okrenula naglavce u svakom pogledu. Unatoč tomu, u vrijeme pandemije ipak su održana brojna natjecanja, pa čak i Europsko nogometno prvenstvo te Olimpijske igre. Kako su se sportaši i sportski kolektivi snašli u takvim uvjetima, je li došlo do otuđenja publike i navijača od sporta i sportaša ili su se još snažnije povezali? Hoće li se zbog pandemije zauvijek promijeniti način komunikacije sa sportskom publikom ili će se sve vratiti „staro normalno“? Koliko su i na koji način sportaši i sportski kolektivi komunicirali s medijima i svojim fanovima u pandemijsko doba te što su iz toga naučili?

Panelisti: Tomislav Pacak, Bruno Kovačević

Moderator: Filip Orlić

ŠTO SMO NAUČILI OD PANDEMIJE – Cijenimo li znanje danas više, jesmo i kao društvo napredovali?

U nekim se istraživanjima počelo pojavljivati znanje – kao najbolja investicija, najsigurnija suvremena valuta. Jesmo li doista kao društvo napredovali na način da danas cijenimo znanje više nego prije.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Vjerujemo li da se isplati investirati u vlastito i znanje naše djece? Što smo kao društvo naučili, ako išta? Je li nas kao društvo promijenila pandemija – nabolje, nagore? Kako su u pandemiji prošli mladi i što možemo očekivati kao posljedicu? I na kraju – jesu li političke elite što naučile – mogu li nas uspješno voditi u kompleksnom svijetu?

PANEL s dvojicom istaknutih hrvatskih znanstvenika, društvenih kroničara, potvrđenih intelektualaca, istraživača, političkih komentatora koji će nastojati odgovoriti na neka od postavljenih pitanja – probat će nam dijagnosticirati i definirati politički trenutak te predvidjeti bitna društvena i politička previranja u bliskoj budućnosti

Panelisti: Boris Jokić, Dragan Bagić

Moderator: Vladimir Preselj, Dukat

I ja želim biti zvijezda LinkedIna!

Na ovom panelu želimo se baviti LinkedInom kao rastućim kanalom za izgradnju korporativnog i osobnog brenda. U diskusiji ćemo okupiti osobe i kompanije koje su se profilirale kao subjekti koji svojom komunikacijom utječu na poslovnu zajednicu okupljenu na LinkedInu kreirajući teme od njihovog interesa.

Želimo dobiti odgovore na pitanja:

- na koji način se putem LinkedIna kreira osobni, odnosno korporativni brend
- gdje je razlika između korporativnog i osobnog brenda
- LinkedIn u službi employer brendinga
- teme koje su popularne na LinkedInu
- kakve rezultate možemo očekivati od LinkedIn komunikacije, kako ih mjerimo.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Panelisti: Danijel Bićanić, Milan Horvat, Dubravka Štefanac Vinovrški, Dragan Petric

Moderatorica: Marina Čulić Fischer

Neki novi klinci

Upravo Prošlo je vrijeme u kojem su asistenti nosili kavu i printali papire. Danas su oni pokretači promjena, njihova rješenja prolaze na pitchovima, a projekti na kojima rade društvo čine boljim. Što očekuju od svojih poslodavaca, u kakvim organizacijama žele raditi i što od njih možemo očekivati?

Panel rasprava na temelju rezultata istraživanja.

Panelisti: Ozren Tabaković, Albert Gajšak, Daniel Ackerman, Maida Stupac

Moderator: Vedran Višnjic

Radionica - Komunikacijska umjetnica

U Medijski trening, trening javnog nastupa – čuli, vidjeli, probali, trenirali?

Danas i dalje većinu treninga provode PR-ovci, ili novinari. Rijetko u Hrvatskoj ulogu trenera javnih i medijskih nastupa preuzimaju glumci. U Velikoj Britaniji postoji niz institucija visokog školstva koje polaznike – najčešće glumce dodatno obučavaju izvedbenim tehnikama – jer o tome se i radi, izvedbenim tehnikama. Jelena Makovičić, naša akademska glumica, jedna je od rijetkih koja se dodatno obrazovala u tom području, vrlo je uspješna trenerica i autorica knjige Komunikacijski umjetnik.

Super skraćena/digestirana radionica koja pokazuje na koji način glumci pristupaju izvedbenim tehnikama, koje su najučestalije pogreške, koje su brze pobjede? Je li komunikacija umjetnost, ili samo set vještina koje svi trudom mogu naučiti? Ako da, kako?

Voditeljica radionice: Jelena Makovčić



Muke i slasti po TikToku

U ovoj 101 diskusiji želimo otkriti tajnu uspjeha TikToka, njegovu važnost u tržišnoj komunikaciji i izgradnji brendova. U razgovoru će sudjelovati jedan od vodećih hrvatskih kreatora sadržaja na TikToku

Želimo dobiti odgovore na pitanja:

- zašto je TikTok najbrže rastuća društvena mreža
- kako kreirati sadržaj na TikToku
- kako privući pratitelje
- kako promovirati brendove
- koje sve alate pruža TikTok za najbolji doseg do ciljane publike
- kako se diferencirati od drugih kreatora sadržaja
- kako mjeriti rezultate TikTok kampanji.

Panelisti: Dario Marčac

Moderatorica: Nina Marković

Kako održivo komunicirati održivo?

Glavna Klimatske promjene, neograničeni rast i razvoj, pandemije, ekonomske i društvene krize – živimo u svijetu ubrzanih promjena koje ne čekaju na našu prilagodbu.

Klimatske promjene, neograničeni rast i razvoj, pandemije, ekonomske i društvene krize – živimo u svijetu ubrzanih promjena koje ne čekaju na našu prilagodbu. Bez kvalitetnog upravljanja informacijama u toj mreži brzih promjena dolazi do pojave lažnih vijesti, govora mržnje te netočnih činjenica koje mogu uzrokovati drastične društvene pokrete. Zajedništvo i jasnoća komunikacije stoga su nam potrebni više nego ikada prije.

Iako krize ne možemo sa 100% sigurnošću anticipirati, možemo stvoriti agilan društveni okvir koji će se brzo prilagođavati svim novim okolnostima. To zovemo održivim razvojem. Komunikacijski stručnjaci ovdje imaju ključnu



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



ulogu – kao most između eksperata, opće javnosti i donositelja odluka koji će nas osvijestiti o tome zašto su nam u komunikaciji, kao i u poslovanju, potrebni okolišni, socijalni i upravljački kriteriji održivosti – ESG. O njima, ali i tome zašto je danas neizmjereno važno govoriti jasno, transparentno i otvoreno o klimatskim promjenama te koje uvjete za komunikacijsku struku donosi novo izvještajno razdoblje u okviru EU Zelenog plana, govorit će Marija Pujo Tadić, predsjednica Međunarodnog instituta za klimatske promjene (IICA).

Predavačica: Marija Pujo Tadić

Kako nemoguće učiniti mogućim: komunikacijske kampanje koje mijenjaju živote

U protekle tri godine, hrvatskim medijskim prostorom snažno je odjeknulo nekoliko kampanja koje su mobilizirale širu javnost, koje su prerasle u prave pokrete koji imaju niz dodirnih točaka.

Pomoću njih obični su ljudi izazvali prevladavajući status quo i pobijedili, promijenili brojne živote na bolje te postavili presedan za buduće ponašanje vladajućih prema zahtjevima najranjivijih skupina našeg društva.

U artikuliranju njihovih interesa komunikacijske vještine i strategija odigrale su centralnu ulogu, a o tome kako im je to pošlo za rukom, iz prve ruke ispričat će nam izvršni direktor višestruko nagrađivane agencije CTA komunikacije, Gordan Turković.

Predavač: Gordan Turković

Upravlja li krizom ili ona upravlja vama?

Niti jedna organizacija nije otporna na krizu. Pitanje nije hoće li se kriza dogoditi, nego kad će se dogoditi i koliko uspješno će organizacija upravljati njome.

Kineski simbol za krizu sastoji se od dva znaka. Jedan predstavlja opasnost, a drugi priliku. U krizi budite svjesni opasnosti – ali prepoznajte i priliku", rekao



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



je američki predsjednik John Fitzgerald Kennedy objašnjavajući dvostruku prirodu krize.

Uspješne organizacije vrlo dobro znaju koliko je uspješno upravljanje krizom presudno kako bi se minimizirale opasnosti i posljedice za reputaciju organizacije i za sve dionike koji su uključeni i pogođeni kriznim događajem. Da bi se uspješno upravljalo krizom, komunikacija je ključna. Ona mora biti pravovremena, točna, transparentna, prenesena odabranim kanalima i relevantnim javnostima. Kvalitetno upravljanje krizom počinje u fazama planiranja, identifikacijom potencijalnih problema i mogućih ishoda kao i implementacijom kriznog komunikacijskog plana kako bi se minimizirala šteta i negativne posljedice. Trening simulacije krize pomaže u učinkovitoj kriznoj komunikaciji koja može doprinijeti uspješnijem upravljanju krizom. Jedan takav trening jest i Crisis Simulation - interaktivni softver za simulaciju krize i alat za procjenu spremnosti tima na upravljanje kriznim događajem. Kroz simulaciju se prati i evidentira pripremljenost tima na krizu, uspješnost upravljanja stresom te detektira prostor za unapređenje. Uči se kako brzo i smisleno organizirati tim, donositi odluke i zauzeti poziciju s obzirom na tip i intenzitet krize. Namijenjen je svima, a prvenstveno je koristan top menadžmentu, komunikacijskim stručnjacima i donositeljima odluka unutar organizacija.

Voditeljice radionice: Renata Krajačić, Bojana Mandić

NAJTEŽI KOMUNIKACIJSKI POSAO U ZEMLJI – Glasnogovornik Vlade RH – ultimativni spin doktor, vatrogasac, ili strateški savjetnik?

Prepuni smo kritika na račun rada i funkcioniranja Vlade. Ne valjaju nam javne politike, ne sviđaju nam se glavni politički protagonisti, ne odgovaraju nam desni, lijevi, srednji, gornji. Ne sviđa nam se niti kako Vlada komunicira. Sve to sigurno može bolje. Može li?

Na vrući konferencijski stolac sjest će aktualni glasnogovornik Vlade RH Marko Milić. Sin legendarnog hrvatskog novinara Gorana Milića i televizijske urednice Ane Milić, odlučio je prenijeti dio svog iskustva o radu s Andrejom



Plenkovićem, hrvatskim premijerom, o krizama koje su nas snašle, o funkcioniranju ureda i koordinaciji s ministarstvima.

Panelist: Marko Milić

Moderator: Mario Aunedi Medek

Krize, lideri i mentalno zdravlje

Brojne psihološke studije provedene tijekom pandemije pokazuju da su zaposlenici koji su doživjeli loše krizno vodstvo prošli najlošije u smislu mentalnog zdravlja. A kakvu točno ulogu u prevladavanju kriza u poslovnom okruženju igra mentalno zdravlje onih koji vode igru? Je li svijest o važnosti mentalne otpornosti i stabilnosti menadžera porasla i među poslodavcima? Profesionalni svijet izmoren svim izazovima pandemije zahtijeva novu vrstu vodstva: onu u kojoj lideri pokazuju snagu prihvaćanjem ranjivosti, kao i mudrost stvaranjem prostora u kojima njihovi timovi mogu biti psihološki sigurni, inovativni i otvoreni u pogledu svog mentalnog zdravlja – ako tako žele. Panel i radionica pozabavit će važnošću mentalnog zdravlja lidera, osobito u izazovnim vremenima, s naglaskom na otpornost i krizno djelovanje.

Povod za ovu raspravu je dosad učinjeno na temu mentalnog zdravlja: tijekom pandemijske 2021. Hrvatska udruga za odnose s javnošću izradila je nacrt Smjernica za poslodavce, zaposlenike i menadžere o mentalnom zdravlju u radnoj sredini. Od početka pandemije - u određenim dijelovima Hrvatske dodatno otežane razornim potresima u ožujku i prosincu 2020. - u medijima, na društvenim mrežama i drugim kanalima koji dopiru do opće javnosti, često se spominje potreba za pojačanom brigom za mentalno zdravlje, no HUOJ smatra kako je sve ove napore potrebno komunikacijski objediniti te ih učiniti dostupnima poslodavcima - i radnike. HUOJ je stoga uz pomoć nacionalnih stručnjakinja i stručnjaka za mentalno zdravlje izradio ove Smjernice; s nama na Smjernicama radili su profesionalci iz sljedećih organizacija: s Odsjeka za psihologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, iz Hrvatske psihološke komore, Hrvatskog psihološkog društva, Hrvatske udruge za coaching te Državne škole za javnu upravu. Ove



Smjernice prije svega su radni dokument koji bi trebao poslužiti kao podloga pri dodatnoj razradi problematike mentalnog zdravlja iz perspektive medicine rada, psihologije rada, zaštite na radu, menadžmenta i drugih s temom povezanih sektora. HUOJ će kontinuirano raditi na njegovom ažuriranju i oplemenjivanju, s krajnjim ciljem da on postane kvalitetan i interdisciplinaran temelj buduće komunikacije o ovoj temi na nacionalnoj razini.

Panelisti: Zvonimir Galić, Damir Zorić, Jelena Slade-Šilović, Tomislav Radoš

Moderatorica: Andrea Čović Vidović

Utjecaj krize na strategiju uvođenja eura

Od 1. siječnja iduće godine službena valuta u Hrvatskoj postat će euro. Proces uvođenja eura dešava se vremenu kontinuirane krize, najprije one izazvane pandemijom, a sada i ratom u Ukrajini. Koliko je Hrvatska spremna za uvođenje eura?

Postoji li opasnost da Hrvatska nakon uvođenja eura završi u dužničkoj krizi kao što se dogodilo Grčkoj? Koliko je kriza utjecala na proces uvođenja eura? Da bi tranzicija prema euru prošla što je lakše moguće, Vlada mora uložiti goleme napore da objasni građanima što će zapravo promijeniti i koje im se prilike otvaraju. Koliko su građani informirani i kako Vlada i HNB planiraju komunikaciju do trenutka uvođenja eura, a kako od trenutka uvođenja eura nadalje?

Cilj panela je saznati koliko je Hrvatska spremna za zahtjevan proces uvođenja eura, posebice u kontekstu krize izazvane pandemijom, ali sada i ratom u Ukrajini. Također, želimo saznati koliko je komunikacija važna za uspješnost tog procesa.

Panelisti: Boris Vujčić, Velimir Šonje, Eliana Čandrlić, Vanja Dominovic

Moderatorica: Violeta Colić



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



Mediji u novom vremenu. Kako preživjeti?

Prodaja tiskanih medijima godina je u stalnom padu, sadržaj na internetu je do prije godinu dana bio potpuno besplatan, a sada je velikim dijelom i dalje besplatan, oglašivački budžeti se smanjuju, mediji imaju konkurenciju koja nije samo medijska. Kako su se sve ove činjenice odrazile na rad medija, kakva je njihova perspektiva i što je za medije održivi način poslovanja? Istovremeno mediji se suočavaju s padom povjerenja čitatelja, kako se bore s time? Kakav je utjecaj društvenih mreža na poslovanje i povjerenje u medije? Gdje mediji nalaze prostor za sebe? Koliko su hrvatski čitatelji spremni platiti sadržaj? Kakvi su planovi za dalje? Što nosi budućnost, koji će biti omjer dostupnog besplatnog i plaćenog sadržaja? Koji su to sve novi formati financiranja i novi izvori prihoda? Postoji li uopće besplatni prostor u medijima? Cilj panela je saznati iz prve ruke koji je to održivi model poslovanja medija. U proteklih 10-ak godina mediji se kontinuirano prilagođavaju, inoviraju, pronalaze nove izvore prihoda. Koji je to model i pristup poslovanju koji daje dugoročnu stabilnost?

Panelisti: Goran Ogurlić, Filip Raunić, Tihomir Ladišić, Anamaria Todorčić

Moderatorica: Marija Slijepčević

Lokalno za globalno – s gradonačelnicima o važnosti komuniciranja javnih politika

Koliko im je važna strateška komunikacija? Koliko koriste savjete stručnjaka? Koje javne politike su im u fokusu? Na koji način komuniciraju s građanima i što uvode od oblika participativnog odlučivanja? Što mogu u komunikacijskom kontekstu navesti kao najvažniju pr lekciju koju su do sada naučili? Cilj panela je osvijestiti važnost strateškog komuniciranja u javnoj upravi. Ukazati na mogućnost da se odluke donose participativno i transparentno. Pojasniti koji su to novi alati koje dužnosnici koriste kako bi bili stvari servis građana.

Panelisti: Ivan Radić, Marko Filipović, Filip Zoričić

Moderator: Jerko Trogrlić



Digitalne komunikacijske platforme u državnom i javnom sektoru

2021. godine bila je godina digitalizacije državnog i javnog sektora: provedeno je istraživanje o digitalizaciji javne uprave u Hrvatskoj u organizaciji Hrvatske zajednice županija, Državne škole za javnu upravu, Zaklade Konrad Adenauer te uz podršku Središnjeg državnog ureda za razvoj digitalnog društva. Predstavljani su rezultati istraživanja vezanog uz stavove građana o poznavanju i korištenju e-usluga.

Osim provedenog istraživanja, portal e-Građani je redizajniran, proveden je prvi Digitalni popis stanovništva u Republici Hrvatskoj. Hrvatska turistička zajednica predstavila je jedinstveni sustav u svijetu e-Visitor, a uvedene su i Digitalne Covid potvrde.

Panelisti: Lidija Brković, Jure Sertić, Bernard Gršić, Anton Brkić

Moderator: Luka Balvan, dr.sc.

Dobar, loš, zao – native oglašavanje u 2022. powered by IAB Croatia

Interes za native oglašavanje je u porastu – ali zašto sada? Kako je native evoluirao za suvremenog oglašivača? IAB Croatia organizator je ovog panela, u kojemu će stručnjaci lokalne industrije baviti pitanjima što native oglašavanje znači danas i kako ga oglašivači i njihove agencije koriste u 2022.

Native oglašavanje jedan je od najčešće korištenih oblika oglašavanja. Od svog začetka, nastavio je rasti na važnosti, a u povijesti digitalnog oglašavanja ni jedan format nije imao veći utjecaj ili engagement i učinkovitu statistiku temeljenu na metrici. Upravo je zato IAB Croatia, domaća podružnica globalnog Interactive Advertising Buroa koja okuplja svjetske lidere iz područja digitalnog oglašavanja i interaktivnog marketinga, oformio radnu skupinu za native oglašavanje koja će kroz smjernice dobre prakse pružiti ažurne informacije o formatima, položajima i najboljim modelima. Cilj je smjernica osigurati kupcima učinkovitu realizaciju kampanja te istražiti ulogu nativea kao ključa za rast u drugim digitalnim kanalima kao što su eCommerce, CTV i DOOH. Uz nadolazeću



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



objavu IAB-ovih smjernica i porast interesa za native oglašavanje koje konstantno evoluiraju, ne propustite pridružiti se ovom panelu koji će moderirati član Uprave HURA-e i IAB-a Croatia Vanja Bertalan (Human), uz IAB članove Alinu Radusin (Wiener osiguranje), člana Suda časti HURA-e i radne skupine pri IAB Croatia za native oglašavanje Nevena Jacmenovića (Nivas) i Ines Rukljač (tportal).

Panelisti: Alina Radusin, Ines Rukljač, Neven Jacmenovića

Moderator: Vanja Bertalan

Koliko ta komunikacija stvarno vrijedi?

Blasfemični AVE, Barcelona, svaki brend svoju mjeru ima, reporting, dokazivanje, ukazivanje, objašnjavanje... - ali koliko dosita znamo i razumijemo što smo s komunikacijom napravili?

Blasfemični AVE, Barcelona, svaki brend svoju mjeru ima, reporting, dokazivanje, ukazivanje, objašnjavanje... - ali koliko dosita znamo i razumijemo što smo s komunikacijom napravili? Posao nam je da gradimo svjesnost (awareness), mijenjamo stav i ponašanje. Ali znamo li to izmjeriti, i još važnije, znamo li rastumačiti što smo izmjerili?

Predavač: Ante Šalinović

Radionica - Otpornost na stres

Brojne psihološke studije provedene tijekom pandemije pokazuju da su zaposlenici koji su doživjeli loše krizno vodstvo prošli najlošije u smislu mentalnog zdravlja. A kakvu točno ulogu u prevladavanju kriza u poslovnom okruženju igra mentalno zdravlje onih koji vode igru? Je li svijest o važnosti mentalne otpornosti i stabilnosti menadžera porasla i među poslodavcima?

Profesionalni svijet izmoren svim izazovima pandemije zahtijeva novu vrstu vodstva: onu u kojoj lideri pokazuju snagu prihvatanjem ranjivosti, kao i mudrost stvaranjem prostora u kojima njihovi timovi mogu biti psihološki sigurni, inovativni i otvoreni u pogledu svog mentalnog zdravlja – ako tako



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



žele. Panel i radionica pozabavit će važnošću mentalnog zdravlja lidera, osobito u izazovnim vremenima, s naglaskom na otpornost i krizno djelovanje.

Povod za ovu raspravu je dosad učinjeno na temu mentalnog zdravlja: tijekom pandemijske 2021. Hrvatska udruga za odnose s javnošću izradila je nacrt Smjernica za poslodavce, zaposlenike i menadžere o mentalnom zdravlju u radnoj sredini. Od početka pandemije - u određenim dijelovima Hrvatske dodatno otežane razornim potresima u ožujku i prosincu 2020. - u medijima, na društvenim mrežama i drugim kanalima koji dopiru do opće javnosti, često se spominje potreba za pojačanom brigom za mentalno zdravlje, no HUOJ smatra kako je sve ove napore potrebno komunikacijski objediniti te ih učiniti dostupnima poslodavcima - i radnike. HUOJ je stoga uz pomoć nacionalnih stručnjakinja i stručnjaka za mentalno zdravlje izradio ove Smjernice; s nama na Smjernicama radili su profesionalci iz sljedećih organizacija: s Odsjeka za psihologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, iz Hrvatske psihološke komore, Hrvatskog psihološkog društva, Hrvatske udruge za coaching te Državne škole za javnu upravu.

Ove Smjernice prije svega su radni dokument koji bi trebao poslužiti kao podloga pri dodatnoj razradi problematike mentalnog zdravlja iz perspektive medicine rada, psihologije rada, zaštite na radu, menadžmenta i drugih s temom povezanih sektora. HUOJ će kontinuirano raditi na njegovom ažuriranju i oplemenjivanju, s krajnjim ciljem da on postane kvalitetan i interdisciplinaran temelj buduće komunikacije o ovoj temi na nacionalnoj razini.

Voditelji radionice: Zvonimir Galić, Mitja Ružojčić

Gorimo li za PR ili sagorijevamo?

Kako PR-ovci u Hrvatskoj stoje sa sindromom sagorijevanja? Kako doživljavaju utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na organizaciju rada? Raditi u odnosima s javnošću znači raditi s ljudima u dinamičnom okruženju čiji ritam diktiraju rokovi i situacije koje nije uvijek lako predvidjeti.



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



U takvim okolnostima otvara se prostor za profesionalno sagorijevanje zaposlenika. Kako PR-ovci u Hrvatskoj stoje sa sindromom sagorijevanja? Kako doživljavaju utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na organizaciju rada? Odgovore na ta pitanja dat će istraživanje koje su, u suradnji s Hrvatskom udrugom za odnose s javnošću, provele Sanja Milković Šipek i Vlatka Šelimber, koja će rezultate predstaviti na konferenciji.

Predavačice: Sanja Milković Šipek, Vlatka Šelimber

Interna komunikacija u hibridnom okruženju

U protekle dvije godine u potpunosti se promijenio način na koji radimo i komuniciramo. Radno okruženje postalo je hibridno, timovi su dislocirani, a rad od kuće za neke je postala jedina opcija. Fleksibilnost je postala potreba i uglavnom je dobro prihvaćena. Ipak, sa sobom nosi niz izazova: dvosmjerna komunikacija, uvođenje novih zaposlenika u posao, otežano provođenje radionica, brainstorminga, izazovi angažiranja zaposlenika oko bitnih tema, povezivanje, motiviranje i inspiriranje timova. Svi ti izazovi ukazali su na sve veću potrebu za relevantnom, integriranom i dvosmjernom internom komunikacijom. Poslovni svijet se mijenjao, a pred komunikacijskim stručnjacima bio je zadatak kako mu doskočiti komunikacijom. Na ovom panelu saznat ćemo kako su komunikacijski stručnjaci iz raznih kompanija premostili ove izazove, što su mijenjali u strategijama i alatima kako bi angažirali, motivirali i informirali zaposlenike i kako su osnažili njihovu povezanost sa svrhom organizacije.

Panelisti: Mirela Kotarac, Ivan Zubak, Martina Roša, Vladimir Kosanović

Moderatorica: Sanja Petek Mujačić

Prvi se pamte

Panelistice: Marina Bolanča, Nina Išek Međugorac, Snježana Bahtijari

Moderatorica: Ana Gruden



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



E-commerce kao budućnost influencers marketinga

Na predavanju o e-commerce-u želimo se baviti ovim prodajnim kanalom u usponu, kojem su brojne kompanije prilagodile svoje poslovanje. Novi način prodaje za sobom je povukao i nove načine komunikacije, pa tako brendovi za svoju e-promociju sve češće koriste influencers marketing.

Želimo dobiti odgovore na pitanja:

- Što e-commerce model znači za poslovanje kompanija?
- Što je važno za promociju e-commerce usluga?
- Kako kompanije/brendovi koriste influencere u ovom tipu komunikacije?
- Na koji način se prodajni rezultati povezuju s komunikacijskim naporima
na koji način se mjeri roi?

Predavačica: Katja Grubiša



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU



4. Sponzori

Glavni partner KOMferencije



Partner KOMferencije

telemach

Prijatelji KOMferencije



Jana



Hrvatska udruga za odnose s javnošću | Ilica 5 | 10 000 Zagreb | OIB: 84996804446 | IBAN: HR2123600001102172386

I e - pošta: info@huoj.hr | www.huoj.hr | facebook.com/HUOJHR |