

Smart Communication 2015

2015.10.13.

Helyszín: Arena Mozi

Program

2015. október 13.

09:30-09:35
Előadás

Megnyitó

Néhány gondolat az okos kommunikációról.

Előadó: [Szakács László](#) (*Grabowski Digital Kft.*)

09:35-10:05
Előadás

Így gondolkodtok ti - Marketing Mood Barometer 2015

Immár negyedik alkalommal készítettük el a Marketing Mood Barometer kutatást. A cél: megtudni, hogy mi foglalkoztatja a vezető marketinges döntéshozókat, miben hisznek, és mely eszközöktől ódzkodnak, mit éreznek most és hogyan költenek jövőre? Az idei év is izgalmas eredményeket tartogat. Megtudhatjuk többek között, hogy mit gondolnak a márkatulajdonosok a piac bónusszal kapcsolatos kommunikációjáról, vagy hogy milyen arányban alkalmazzák az olyan eszközöket, mint a natív reklám vagy a programozott vásárlás?

Előadó: [Géczi Tamás](#) (*Inspira Research*), [Melles Katalin](#) (*Inspira Research*)

10:05-10:30
Előadás

Hirdetői élboly az adatok tükrében

Kik a magyar reklámpiac legnagyobb hirdetői? Milyen piaci szektorokból kerülnek ki és hol költik el a pénzüket? Milyen helycserék és irányváltások jellemezték az elmúlt másfél évet? Trendek és érdekességek, amelyek a reklámköltési adatokból kiolvashatók.

Előadó: [Mihálszki Zsuzsa](#) (*Kantar Media Kft.*)

10:30-11:00
Fórum

A megbízói oldal mondja

A MMB 2015 kutatás tükröt tartott a marketingesek elé. Valóban magukat látták benne? Különböző iparágakban dolgozó marketinges vezetőket kérdezzünk (felkérések folyamatban).

Résztevő: [Beke Zsuzsa](#) (*Richter Gedeon Nyrt.*), [Grexa Liliána](#) (*Multipont Program Zrt.*) Beszélgetésvezető: [Mező László](#) (*MediaCom Hungary*)

11:00-11:15
Előadás

7 adatban a médiapiac trendjeiről

Transzparencia, tudás, driverek, pénz, piac, prognózis. Whitereport-adatok és -trendelemzés az átalakuló médiapiacról.

Előadó: [Incze Kinga](#) (*Mrs White Media Consulting*)

11:15-11:45
Előadás

Célok és eszközök

A délelőtt a marketingesről szólt. Ebben a kerekasztalban egy marketinges kérdezi a média és az ügynökségek képviselőit arról, ők miben tudják segíteni a megbízói oldal üzleti céljainak elérését.

Résztevő: [Kiss Levente](#) (*Pannon Lapok Társasága Kiadói Kft.*), [Lukács Csaba](#) (*Atmedia*), [Palincsár László](#) (*Team Red*), [Somló Zsolt](#) (*Mindshare Médiaügynökség Kft.*) Beszélgetésvezető: [Horváth Andrea](#) (*Vienna Life*)

11:45-12:00
Előadás

Stratégia és ügynökségi szakértelem

Az ügynökségek szerepe az okos kommunikációban.

Előadó: [Kovács Zoltán](#) (*Dentsu Aegis Network Hungary*)

12:00-13:00

Ebédszünet

13:00-13:20

Előadás

Cannes Lions - a győztesek

A nemzetközi reklámpiar elmúlt évének legjava. Tanulságokkal a magyar piac számára is.

Előadó: [Falvy László](#) (*Y&R Budapest*)

13:20-13:35

Előadás

Az okos ember más kárán tanul

A fogyasztók okosak. Sokkal okosabbak, mint sokan hiszik, és sokkal jobban tudják, hogy mire van szükségük. A kommunikációs és marketingszakma ennek ellenére a mai napig megpróbálja a fogyasztókra ráerőltetni ugyanazokat az üzeneteket, ugyanazokon a csatornákon, mint 10-15-20 éve. A világ változik, a fogyasztók változnak, itt az ideje hát, hogy a kommunikáció is változzon. Az okos fogyasztóhoz okosan kell az üzenetet eljuttatni, amire a hagyományos csatornák egyre kevésbé képesek. Tanuljunk hát mások korábbi hibáiból ahelyett, hogy nem tanulunk a sajátunkból sem.

Előadó: [Mészáros Milán](#) (*trnd Central Eastern Europe Kft.*)

13:35-13:50

Fórum

Cross media innovatívan

A Canon egy olyan megoldást mutat be, mellyel összekapcsolhatóvá és mérhetővé válik a személyre szóló nyomtatott és digitális kommunikáció. A kérdés, nem az, hogy melyik marad életben, hanem, hogy hogyan erősítik egymást. Az előadás keretében egy olyan megoldást vázolunk fel, mellyel kisebb ügynökségek, vagy akár ügyfelek maguk is elindíthatják többcsatornás kommunikációjukat, mellyel leadeket gyűjthetnek, kiemelkedő kreatív anyagokat készíthetnek és adaptálhatnak a lehető legegyszerűbben, és kommunikációjuk minden egyes elemét mérhetővé tehetik.

Előadó: [Szendrei Szabolcs](#) (*Canon*)

13:50-14:00

Előadás

Esettanulmány

K&H bank

Előadó: [Sós Beáta](#) (*K and H Bank*)

14:00-14:10

Előadás

Yolo Világ

Valóságshow a neten.

Előadó: [Farkas Péter](#) (*Carat Hungary*), [Gerendi Zsolt](#) (*Dentsu Aegis Network Hungary*)

14:10-14:20

Előadás

B2B telekommunikációban okosan

Mi az üzleti és marketing kihívás? B2B piacon közelebb kerülni a piacvezető Telekomhoz és bevezetni a UPC Business márkát. Mi a UPC Business válasza a kihívásra? Az UPC Business Nagydíj megalapítása és meghirdetése. Mi az okosság és az eredmény? Ezt elmondjuk az előadásban.

Előadó: [Boros Benedek](#) (*UPC Magyarország Kft.*), [Nyirő Nóra PhD](#) (*OMD Hungary*)

14:20-14:30

Előadás

Márkaépítés és Z generáció

Mit tehet egy márka, ha már ma investálna a jövő fővásárlóiba? Befolyásolhatja egy mai tini márkánk sikerességét? Érzelmek, élmény és tartalom: kommunikáció és márkaépítés a Z generáció számára.

Előadó: [Varga Gábor Zoltán](#) (*Café Next Kft.*)

14:30-14:40

Előadás

Kommunikációs hatékonyság és üzleti sikeresség

Hatékony kommunikáció és üzleti sikerek. Ez minden marketinges vágya. De hogyan tudunk meggyőződni arról, hogy egy márka kommunikációja valóban megfelelően támogatja az üzleti célokat? Miként lehet növelni folyamatosan egy kampány hatékonyságát az üzleti sikerességet szem előtt tartva?

Előadó: [Tóth István](#) (*MediaCom Magyarország Kft.*)

14:40-14:50
Előadás

Esettanulmány

Mindshare

14:50-15:00
Előadás

OLX - Egyedi content megoldások

A 2014-es OLX kampány fő kihívását az jelentette, hogy egy 90% fölötti spontán márkaismertségű, gyakran látogatott weboldal névváltása sikeres legyen, és a névváltás után amilyen gyorsan csak lehet, már új márkaalapokon újabb és újabb célcsoportokat megszólítva, Magyarország legkedveltebb és legnagyobb általános apróhirdetési oldalává váljon. Találnunk kellett olyan nem hagyományos hirdetési formákat, amik segítenek a márkát kiemelni a különösen erős reklámzajból, amit a két piacvezető apróhirdetési oldal intenzív médiajelenléte teremtett, ugyanakkor képesek az oldalletöltési számok és az új hirdetések növelésére úgy, hogy a szpot GRP mértéke csökkentett a korábbihoz képest.

Előadó: [Nagy László](#) (*Havas Media Hungary*)