

# Médiapiac 2016 - Helyünk az üzletben

2016.04.13. - 2016.04.14.

Helyszín: Eger, Hotel Eger/Park

## Program

### 2016. április 13. Helyszín: 1. plenáris

10:00-10:10  
Előadás

#### A plenáris program megnyitása

Konferenciánk nyitó délelőttjén mindig egy fontos társadalmi kérdést járunk körül, idén ez a nők helyzete Magyarországon. A kérdés más-más aspektusból a délutáni szekciókban is előkerül majd.

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

10:10-10:35  
Előadás

#### Kádár leányai, avagy nők a szocialista időszakban

Az előadás során fényképek és korabeli források segítségével betekintést nyerhetünk anyáink és nagyanyáink világába, életstratégiájába. Volt-e egyenjogúság? Hogyan lehetett egy nő országgyűlési képviselő vagy gyárigazgató? Mióta dolgoznak nők férfifoglalkozásokban és miért? Mi számított tabunak egy nő számára az 1960-as, 70-es, vagy a 80-as években?

Előadó: [Tóth Eszter Zsófia dr.](#) ([VERITAS Történetkutató Intézet](#))

10:35-11:00  
Előadás

#### Férfi agy, női ész, avagy struktúrák vagy hálózatok? A nemi különbségek pszichológiája

A férfiak és a nők pszichológiai különbségeinek hatalmas urbánus folklórja van. Ha nem is a folklórban foglaltak szerint ugyan, de ezek a különbségek valóban nagyon jelentősek. Mindkét nemnek vannak pszichológiai erősségei és gyengéi, a gyengeségek azonban hamar előnyre fordulhatnak egy gyorsan változó információs környezetben. Mindezek miatt a két nem pszichológiai különbségei önmagukban gazdasági tényezővé váltak a XXI. században.

Előadó: [Purebl György dr.](#) ([Simmelweis Egyetem](#))

11:00-11:30  
Előadás

#### Így nézünk ki!?

Ellentmondásos a nők helyzete Magyarországon: miközben az iskolapadokban, a munkahelyeken, sőt a vezetőpozíciókban is jelen vannak a nők, és ők hozzák meg a mindennapi döntések egy jelentős részét, rendre futunk bele a nőket korlátozó szexista megjegyzésekbe. A nemzetközi összehasonlító adatok sem támasztják alá azt az állítást, hogy ma igazán jó dolog nőnek lenni hazánkban. Az előadás áttekintést ad arról, hogy mi a pontos helyzet a kérdésben, hol áll Magyarország a nemzetközi összehasonlításokban, és milyen célokat kellene teljesítenie, hogy megfelelően elismerje a nők gazdasági és társadalmi értékeit.

Előadó: [Nagy Beáta dr.](#) ([Budapesti Corvinus Egyetem](#))

11:30-11:32  
Előadás

#### Így látjuk a Maxusnál

Néhány szó Lindsay Pattison üzenete elé.

Előadó: [Iszak Júlia](#) ([Maxus](#))

11:32-11:47  
Előadás

#### Woman Leadership, Culture and Change

Boss or Bossy? Does it matter to be a woman in a leadership role today? Is it an equal world in work today for men and women? What Maxus does globally to encourage woman employees "stepping forward".

Előadó: [Pattison, Lindsay](#) ([Maxus Global](#))

11:47-12:30 Előadás	<p><b>Gender. Őrület?</b></p> <p>Nőnek lenni Magyarországon - a legsikeresebb női vezetőket kérdezzük saját személyes tapasztalataikról.</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Beke Zsuzsa (Richter Gedeon Nyrt.)</a>, <a href="#">Fábián Ágnes Dr. (Henkel Magyarország)</a>, <a href="#">Horváth Krisztina (Cisco Systems Magyarország)</a>, <a href="#">Vidus Gabriella (RTL Magyarország)</a> <b>Beszélgetésvezető:</b> <a href="#">Munk Veronika (Index.hu Zrt.)</a></p>
12:30-14:00	<b>Ebédszünet</b>
14:00-18:00 Előadás	<p><b>Szekcióprogramok</b></p> <p>A három konferencia a közös megnyitó után négy szekcióban folytatódik.</p>
18:00-19:00	<b>Szabad program</b>
19:00-00:00	<p><b>Vacsora, díjkiosztók, koncert, borkóstoló</b></p> <p>Gálavacsora</p> <p>Díjkiosztók: <a href="#">Média Bora</a>, <a href="#">Amfora-díj</a></p> <p>Koncert: <a href="#">Kövi Szabolcs</a> meditációs zenéje fuvolán, pánsípon és egyéb különleges hangszereken.</p> <p>Borkóstoló: több mint 100 válogatott magyar bor.</p>

## 2016. április 13. Helyszín: 2. szekcióterem

14:00-14:10 Előadás	<p><b>Mozgóképek minden képernyőn</b></p> <p>Üzleti felvezetés.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Incze Kinga (Mrs White Media Consulting)</a></p>
14:10-14:30 Előadás	<p><b>Tévézési preferenciák a nemek tükrében</b></p> <p>A televíziós nézettség alakulása, és ami a klasszikus televíziózáson túl van.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Vörös Csilla (Nielsen Közönségmérés Kft.)</a></p>
14:30-14:45 Előadás	<p><b>Tell me what would you choose? The connection between linear TV and VOD in Central Europe</b></p> <p>The presentation covers two main areas. The first part analyses the TV markets and consumption in the CE region focusing on Poland, Romania and Hungary. The second part focuses on VOD: how users conceptualize it and what pitfalls VOD might have in the region.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Rossiter, John (Sony Pictures Television Networks CE)</a></p>
14:45-15:15 Fórum	<p><b>Király-e még a televízió?</b></p> <p>A marketingmix legalább olyan gyorsan változik, mint a médiapiac. Király-e még a televízió, vagy átvette a szerepét az online? Mire fogékonyak márkatulajdonosok? Mit várnak az ügynökségtől, ha médiatervezésről van szó?</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Bacsa Gábor (Carat Hungary 21 Média Kft.)</a>, <a href="#">Németh Ottó (Henkel)</a>, <a href="#">Pellion Ágnes Gabriella (Coca-Cola Magyarország)</a>, <a href="#">Vérten Sándor dr. (Porsche Hungária)</a> <b>Beszélgetésvezető:</b> <a href="#">Macher Szabolcs (Mattai Marketingkommunikációs Tanácsadó Kft.)</a></p>

15:15-15:30 Előadás	<p><b>A tévés piac 2016-ban</b></p> <p>Célok, várakozások, trendek.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Lukács Csaba (Atmedia)</a></p>
15:30-16:05 Fórum	<p><b>GRP, CPT, UAV...</b></p> <p>Hogyan alakul a médiacégek és a sales house-ok kereskedelmi politikája a 2015-ös év nagy turbulenciái után?</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Csikesz Erika (TV2 Média Csoport Kft.)</a>, <a href="#">Door Tamás (Mediaworks)</a>, <a href="#">Faludi Péter (Atmedia)</a>, <a href="#">Györke Zoltán (Lapcom Kft.)</a>, <a href="#">Jánosi Péter (Viacom International Media Networks, CEE)</a>, <a href="#">Nagy Tamás (Target Media)</a></p> <p><b>Beszélgétesvezető:</b> <a href="#">Macher Szabolcs (Mattai Marketingkommunikációs Tanácsadó Kft.)</a></p>
16:05-16:20 Előadás	<p><b>Mennyiség vagy minőség?</b></p> <p>Helyzetkép a televíziós piacról.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Dudás Gergely (RTL Magyarország/R-Time)</a></p>
16:20-16:55 Fórum	<p><b>Kitűnni a tömegből</b></p> <p>A siker záloga az originális tartalom.</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Gyurity Mónika (MTVA)</a>, <a href="#">Kabai Zoltán (Viacom International Media Networks, CEE)</a>, <a href="#">Kolosi Péter dr. (RTL Klub (M-RTL Zrt.))</a>, <a href="#">Ókrös Gergely (Tv2)</a>, <a href="#">Temesvári Marietta (Sony Pictures Television Networks CE)</a>, <a href="#">Závodszy Zoltán (Show and Game Produkciós Kft.)</a></p> <p><b>Beszélgétesvezető:</b> <a href="#">Kenderessy Szabolcs (SorozatWiki)</a></p>
16:55-17:25 Fórum	<p><b>Eppur si muove (És mégis mozog)</b></p> <p>A mozgókép, a video már rég nem csak a televíziók felségterülete a médiában. Milyen tartalmakat állítanak elő a médiacégek, mire vevő a közönség, hogyan szolgálja a mozgóképes tartalom a cégek üzleti céljait? Milyen képzési feladatokat, fejlesztéseket igényel a digitális kultúra?</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Bíró Pál (Google)</a>, <a href="#">György Bence (Origo)</a>, <a href="#">Steff József (CM Sales)</a>, <a href="#">Szabó Miklós (Pannon Lapok Társasága)</a></p> <p><b>Beszélgétesvezető:</b> <a href="#">Szalay Dániel (24.hu)</a></p>
17:25-17:55 Fórum	<p><b>Performancia</b></p> <p>Amikor az ügyfél azonnali visszajelzést követel. Kampányok teljesítmény-alapon.</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Horváth Andrea (Vienna Life)</a>, <a href="#">Rácz István (Vodafone)</a>, <a href="#">Sipos Balázs (Boehringer Ingelheim)</a>, <a href="#">Török Judit (MediaCom)</a></p> <p><b>Beszélgétesvezető:</b> <a href="#">Macher Szabolcs (Mattai Marketingkommunikációs Tanácsadó Kft.)</a></p>
17:55-18:10 Előadás	<p><b>Nagyobb a füstje? – A Netflix megjelenése Magyarországon</b></p> <p>Az idei, 2016-os CES egyik, számunkra legfontosabb bejelentése volt, hogy a Netflix 130 országban, köztük Magyarországon is elérhető lesz 2016. januárjától. A hazai sajtó zengett a hírtől, számos cikk egyenesen azt boncolgatta már a címében is, hogy a hazai lineáris tévzésnek és az illegális torrentezésnek ezennel vége. Nem kétséges, hogy a Netflix megjelenése médiatörténeti jelentőségű (lehet), de vajon valóban képes lesz-e megváltoztatni a lineáris tévzésbe és torrentezésbe szocializálódott magyar társadalom tartalomfogyasztási szokásait? Az NRC kutatása erre a kérdésre keresi a választ.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Sági Ferenc (NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft.)</a></p>
18:10-18:25 Előadás	<p><b>Hogyan érzük el az elérhetlent?</b></p> <p>Hogyan látjuk a saját korosztályunkat? Milyen módszerekkel érdemes megközelíteni a generációkat, ha ösztönözni akarjuk őket egy szolgáltatás használatára? Egy konkrét feladaton keresztül megmutatjuk, milyen megoldás létezhet a pörgős fiatalok figyelmének felkeltésére.</p> <p>Az OMD 2015 győztes csapatának prezentációja.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Barta Diána (Budapesti Gazdasági Egyetem)</a>, <a href="#">Domonkos Dániel (Budapesti Gazdasági Egyetem)</a>, <a href="#">Vigh Fruzsina (Budapesti Gazdasági Egyetem)</a></p>

## 2016. április 13. Helyszín: 3. szekcióterem

14:01-14:05 Előadás	<b>A női célcsoport</b>  A szekció megnyitása.  Előadó: <a href="#">Müller Pál</a>
14:05-14:40 Fórum	<b>Sikeres női vezetők a magyar médiavilágban</b>  A magyar médiavilág női szemmel.  Résztevő: <a href="#">Czagler Zsuzsa</a> ( <i>Havas Media</i> ), <a href="#">Horváth Rita</a> ( <i>Vivaki Hungary</i> ), <a href="#">Samu Timea</a> ( <i>JCDecaux Hungary Zrt.</i> ) Beszélgetésvezető: <a href="#">Munk Veronika</a> ( <i>Index.hu Zrt.</i> )
14:40-15:00 Előadás	<b>A nő mint főbevásárló</b>  Mekkora vásárlóerő fölött rendelkeznek a nők, miben döntenek, mire költenek, hogyan, mit jelent ez a fogyasztás egésze szempontjából?  Előadó: <a href="#">Csillag-Vella Rita</a> ( <i>GfK</i> )
15:00-15:20 Előadás	<b>Amit a TGI adatok megmutatnak</b>  Kliszósztatás a női fogyasztókkal kapcsolatban.  Előadó: <a href="#">Perjés Tamás</a> ( <i>TNS-Hoffmann</i> )
15:20-15:30 Előadás	<b>A női és a férfi memória különbségei, avagy tartalomfelidézés a rövid távú memóriában</b>  Mely demográfiai vagy médiafogyasztási ismérvek magyarázzák a memória működését? Erre keres választ a GroupM két kutatója.  Előadó: <a href="#">Kun Miklós</a> ( <i>Mediacom Magyarország Kft.</i> ), <a href="#">Torma Csilla</a> ( <i>Mindshare Médiaügynökség Kft.</i> )
15:30-15:45 Előadás	<b>Női startupper menni Amerika</b>  Hogyan lesz a globális médiaügynökségi vezetők közül a legfiatalabb női menedzserből Mrs. White, majd a Whitereport mediabrowser alapítójaként b2b startupper? Hogyan választották be a Whitereportot a 2016-os amerikai Collision techkonferencia legígéretesebb startupjai közt kiállítókká, és hogyan igyekszik nemzetközi szolgálatossá válni egy női csapat által vezetett Whitereport?  Előadó: <a href="#">Incze Kinga</a> ( <i>Mrs White Media Consulting</i> )
15:45-16:20 Előadás	<b>Női tartalmak, sikeres médiatermékek</b>  Hogyan szóljunk a nőkhöz? Hogyan lépünk túl a sztereotípiákon? Sikerreceptek nagy elérésű médiatermékek vezetőitől.  Résztevő: <a href="#">Balogh Edina</a> ( <i>Marquard Media Magyarország Kft.</i> ), <a href="#">Fazekas Kira</a> ( <i>Mediaworks Kiadó</i> ), <a href="#">Maróy Krisztina</a> ( <i>Glamour</i> ) Beszélgetésvezető: <a href="#">Munk Veronika</a> ( <i>Index.hu Zrt.</i> )
16:20-16:35 Előadás	<b>Nők = komplexitás</b>  Ahány nő, annyi szerep, élethelyzet, hangulat... Ahogy a kapcsolatokban, úgy a márkakommunikációban is figyelembe kell venni a női igényeket. Mi kell a nőknek? Hogyan érdemes megszólítani őket, provokatívan vagy az érzelmekre hatva? Mit üzenjen a márka, hogyan viselkedjen, hogy releváns válasz lehessen a fogyasztói igényekre? Hogyan tudjuk a tervezéssel maximalizálni az üzenet befogadását?  Előadó: <a href="#">Szócs Wanda</a> ( <i>OMD Hungary Kft.</i> )

16:35-16:50 Előadás	<p><b>Márkák jelentősége a 40 feletti nők életében</b></p> <p>A Havas Media jelentőségteljes márkákat épít, aminek szerepe a 40 feletti nők esetében kiemelkedő. Ezt támasztja alá a cég globális kutatása a mai 4. ikszen túl lévő nők attitűdjéről, termék-és média fogyasztási szokásairól, a csoportot érintő aktuális kihívásokról, illetve azokról az attribútumokról, amelyek által egy márka jelentőséget kap az életükben.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Somoskői Barbara</a> (<i>Havas Media</i>)</p>
------------------------	---

16:50-17:05 Előadás	<p><b>Okos női kampányok digitális eszközökön</b></p> <p>Esettanulmány</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Tatár István</a> (<i>PanMedia – PM Digital</i>)</p>
------------------------	--

17:05-17:20 Előadás	<p><b>A női borfogyasztó</b></p> <p>Hogyan adjunk el bort nőknek?</p>
------------------------	---

## 2016. április 14. Helyszín: 4. szekcióterem

09:00-09:15 Előadás	<p><b>Mit tanultunk az Amfora Díj kapcsán?</b></p> <p>A marketingszakmában egyre gyakrabban hangsúlyozzák két tényező – a tartalom és a technológia – szerepét. Meggyőződésünk, hogy ezek egyre fontosabb alkotóelemei a munkánknak, viszont egymást erősítve és stratégiai megfontolásokkal kell alkalmazni őket, hogy valóban meghozzák a kívánt eredményt.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Csillag Zoltán</a></p>
------------------------	--

09:15-09:35 Előadás	<p><b>Inbound marketing trendek</b></p> <p>Tartalom és technológia az üzlet szolgálatában.</p> <p>B2B és B2C példák</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Damjanovich Nebojsa</a> (<i>Senpai Consulting</i>)</p>
------------------------	--

09:35-09:50 Előadás	<p><b>Hogyan érjük el a fiatalokat?</b></p> <p>A tartalommarketing a tartalommal kezdődik. Nickelodeon, Viva, Comedy Central: a fiatal generációk megszólítása televíziós tartalmakkal.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Dóczi Melinda</a> (<i>Viacom</i>)</p>
------------------------	---

09:50-10:10 Előadás	<p><b>A tartalommarketing szerepe egy kiadó vállalat életében</b></p> <p>A Marquard Media print és online portfóliójában is egyre markánsabb szerepet kapnak a content marketing megoldások.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Lencsés Dávid</a> (<i>Marquard Media Magyarország Kft.</i>)</p>
------------------------	--

10:10-10:30 Fórum	<p><b>Intelligens újság a gyakorlatban</b></p> <p>Az intelligens újság kiadása során előforduló (elsősorban szerkesztőségi munkafolyamatot érintő) kérdések megválaszolása. Mennyivel több erőfeszítést kíván a szerkesztőségtől egy szegmentált lap elkészítésre? Milyen software környezet szükséges a változó tartalom készítéséhez? Hány szegmens képezhető? Mennyiben növeli a szegmensek száma az előállításra szánt időt? A kerekasztal során piaci kereskedelmi forgalomban lévő lapokból (külföldi és magyar) mutatunk be gyakorlati példákat, melyek közt folyóirat, magazin is megtalálható.</p> <p><b>Résztevő:</b> <a href="#">Münnich Dénes</a> (<i>LuPe Magazin</i>), <a href="#">Szalai István</a> (<i>Canon Hungária Kft.</i>), <a href="#">Tálosi Péter</a>  <b>Beszélgetésvezető:</b> <a href="#">Jánossy Gábor</a> (<i>Jánossy Bt.</i>)</p>
----------------------	---

10:30-10:45 Előadás	<p><b>MEC: Magyar Telekom Elderly Care (Hírlevél és EDM kategória győztese)</b></p> <p>Hogyan érhető el egy speciális célcsoport, illetve célozhatóak az őket kiszolgáló szakemberek, szervezetek? Az MEC kampányának legnagyobb erőssége a profi, többszoros targetálás volt, amely kifejezetten magas aktivitást eredményezett.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Gurdon-Koros Edina</a> (<i>MEC Hungary Kft.</i>)</p>
10:45-11:00 Előadás	<p><b>Crane: MasterCard fesztivál aktivitások 2015 (Közösségimédia-kampányok kategória győztese)</b></p> <p>Hogyan tehető szexivé egy pénzügyi termék a fiatalok számára? A MasterCard hazai fesztiválokra mutatta be az egyérintéses fizetés előnyeit, amire erős és szerteágazó közösségimédia-kampányt is épített.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Boroznaki Gergő</a> (<i>Crane</i>), <a href="#">Molnár Éva</a> (<i>Crane</i>)</p>
11:00-11:15 Előadás	<p><b>MediaCom: Rossmann Webshop Rebranding kampány (Tartalmi projektek támogatása performance megoldásokkal kategória győztese)</b></p> <p>A projekt jól példázza, hogy a tartalommarketing és a performance-megoldások használata nem csupán az értékesítést tudja növelni, de márkaépítésre is alkalmas lehet.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Fűrjes Ádám</a> (<i>Rossmann Magyarország Kft.</i>), <a href="#">Orbán Farkas Donát</a> (<i>MediaCom</i>)</p>
11:15-11:30 Előadás	<p><b>Crane: Magyar Instagram Körkép (Blogok, weboldalak, microsite-ok, appok kategória győztese)</b></p> <p>Hogyan építheti fel egy ügynökség szakértői imázsát egy még viszonylag ismeretlen területen? A Crane úttörő kutatása a kapcsolódó PR- és reklámtámogatással, valamint az előállított tartalom utólagos, kreatív hasznosításával erre szolgált jó példát.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Boroznaki Gergő</a> (<i>Crane</i>)</p>
11:30-11:45 Előadás	<p><b>MEC: Magyar Telekom Sharing Economy (Hagyományos médiában megjelenő tartalommarketing kampányok támogatása digitális technológiai eszközökkel kategória győztese)</b></p> <p>A kampány kiváló példája annak, hogy egy jó alapötletre építve, különböző online és offline médiafelületek felhasználásával hogyan demonstrálható egy technológiai jellegű szolgáltatás hasznossága a fogyasztók felé, illetve hogyan kapcsolható össze az adott – nem feltétlenül egyedi – szolgáltatás egy szolgáltató márkanévvel.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Gurdon-Koros Edina</a> (<i>MEC Hungary Kft.</i>)</p>
11:45-12:00 Előadás	<p><b>OMD: UPC B2B Nagydíj (Az Integrált megoldások kategória győztese)</b></p> <p>Milyen tartalommal és módszerekkel szólítható meg üzleti ajánlattal egy elfoglalt célcsoport? A UPC projektje kiváló példa a stratégiai célok mentén átgondolt, kreatívan felépített, gondosan kivitelezett és részletesen visszamért kampányra, amelyben a tartalommarketing és a marketingtechnológiák alkalmazása is kiemelkedő színvonalú.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Boros Benedek</a> (<i>UPC Magyarország Kft.</i>), <a href="#">Nyirő Nóra PhD</a> (<i>OMD Hungary</i>)</p>
12:00-12:20 Előadás	<p><b>Social média a content marketingben</b></p> <p>Az előadás ismerteti a social média szerepét a tartalom disztribúciós folyamatban. Taglalja a minőségi tartalom fontosságát, a social média felületeket, a különböző tartalmi típusokat, azok előnyeit, illetve, hogy mit nevezhetünk fontos KPI-oknak vagy céloknak a tartalmak publikációi során és melyeket nem.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Andrási Gábor</a> (<i>iProspect Hungary</i>)</p>
12:20-12:40 Előadás	<p><b>Branded Utility</b></p> <p>Az erősödő kommunikációs zajban a márkák számára egyre nagyobb kihívás, hogy mivel különböztetik meg magukat versenytársaiktól. A felhasználók figyelmét hosszú távon csak értéket teremtő megoldásokkal lehet fenntartani, amelyek sokszor már túlmutatnak a hagyományos kommunikációs kereteken.</p> <p><b>Előadó:</b> <a href="#">Rényi Balázs</a> (<i>Isobar Budapest</i>)</p>

