

# A jövő médiája: technológiák, módszerek, stratégiák

2010.09.16. - 2010.09.17.

Helyszín: Budapest, SYMA csarnok

## Program

### 2010. szeptember 16. Helyszín: SYMA csarnok

10:00-10:10	<b>Megnyitó</b>  A napi program ismertetése
10:10-10:40 <i>Előadás</i>	<b>Mire képes a magyar nyomdaipar?</b>  A magyar kiadóknak egyre kevesebb okuk van arra, hogy külföldi nyomdával dolgozzanak. Az előadás áttekinti, milyen jelentősebb beruházások történtek az utóbbi években, milyen értéknövelt szolgáltatásokat nyújtanak a magyar nyomdák a partnereiknek.  <b>Előadó:</b> <a href="#">Peller Katalin Dr.</a> ( <i>Nyomda- és Papíripari Szövetség</i> )
10:40-10:55 <i>Előadás</i>	<b>Lappiaci trendek</b>  Bár a nyomtatott sajtónak sokan költik halálhírét, az iparág sokkal jobb állapotban van, mint ahogy azt az "ellendrukkerek" láttatni szeretnék. A világon több milliárd ember olvas ma is napilapokat és magazinokat, egyes régiókban ma is növekednek a példányszámok és a hirdetési bevételek, és az sem igaz, hogy a fejlett piacokon nincs olvasói utánpótlás.  <b>Előadó:</b> <a href="#">Kázmér Judit</a> ( <i>Pannon Lapok Társasága</i> )
10:55-11:40 <i>Előadás (idegennyelvű)</i>	<b>Mert a papír jó...</b>  Az információ nem független a hordozójától. Mit tesz hozzá maga a papír a rajta megjelenő nyomtatott információhoz? Mennyiben befolyásolja az olvasás élményét? Hogyan válasszunk papírt, hogy az erősítse az olvasónak a termékhez fűződő viszonyát?  <b>Előadó:</b> <a href="#">Hacklin, Juhani</a>
11:40-12:15 <i>Előadás</i>	<b>Megoldások a digitális újságy nyomtatásban</b>  Napjainkban a kiadók kettős szorításban dolgoznak: egyfelől pótolniuk kell a kieső bevételeket, másfelől növelniük kell szolgáltatásaik színvonalát. Melyek azok a rövid távú stratégiák, amelyek képesek formálni a lappiacot? Hosszú távon milyen innovatív megoldások vezetnek sikerhez? Melyek azok az új üzleti modellek, amelyek kombinálni tudják a nyomtatást a web alkalmazásával? Az előadás rámutat azokra a lehetőségekre, ahol a digitális újságy nyomtatás - a legújabb technológiák alkalmazásával – új bevételi forrásokat teremt és csökkenti az üzleti kockázatot a belföldi és a nemzetközi napilapok piacán egyaránt.  <b>Előadó:</b> <a href="#">Németh György</a> ( <i>Océ-Hungária Kft</i> )
12:15-13:35	<b>Ebédszünet</b>

13:35-14:00  
Előadás

### Folyamatos mozgásban (Internet-penetráció és felhasználói trendek Magyarországon)

Az internet-penetráció elérte a bővös 50%-ot: kisebbségbe szorultak a nem internetezők a magyar társadalomban is. Az emberek számára mindennapi eszközzé vált az internet, munkára, kommunikációra, kikapcsolódásra, szórakozásra, tájékozódásra... De ez korántsem jelenti azt, hogy ugyanúgy használnánk az internetet, számos, alapjaiban eltérő tipikus felhasználói profil létezik. Persze a trendek mindenkire egyaránt hatással vannak, manapság például a közösségi oldalak uralják a felhasználók világát, és a jövőben várható, hogy a mobil böngészés a magyar piacon is teret nyer. Az előadás felvillantja, hogy vajon mit mutatnak a számok erről a folyamatosan változó világról, honnan jövünk, hol tartunk most és merre mehetünk tovább.

Előadó: [Pintér Róbert Dr. \(eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.\)](#)

14:00-14:25  
Előadás

### Közösségi média

Időnk egyre nagyobb hányadát töltjük a különböző közösségi oldalakon. Feltöltünk, letöltünk, megosztunk, kommentelünk, lájkolunk... Milyen újdonságokat hozott életünkbe a közösségi média, és hogyan alakítja át mindennapjainkat? Milyen hatást gyakorol a "hagyományos" médiára, a korábban megismert internetes megoldásokra, a médiafogyasztásra és a hirdetési piacra?

Előadó: [Ihász Ingrid \(MEC Interaction\)](#)

14:25-14:50  
Előadás

### Üzleti modellek az online világban

A 2010-es év gyökeres változást hozott az online világban. Az internetes üzlet hazánkban a kereskedelmi forgalom századrészét teszi ki (kb. évi 170 milliárdos), azonban az előrejelzések szerint ez az arány pár éven belül 10-12 százalékra emelkedhet. Vajon tudják-e az üzleti élet szereplői, hogy miként kell az interneten pénzt keresni? Mik az új online üzleti formátumok? Milyen online trendeknek kell megfelelniük a piacra lépő új szereplőknek?

Előadó: [Miskolczy Csaba \(Blogter Kft.\)](#)

14:50-15:15  
Előadás

### Hatékony online megoldások a médiamixben

Esettanulmányok a digitális média eszköztárból. Hogyan építik márkáikat Magyarország legfontosabb hirdetői a telekommunikáció és FMCG területéről? Gyakorlati példák display, keresőmarketing és social media területről, amelyek érzékeltetik, hogy merre tart jelenleg az iparág Magyarországon.

Előadó: [Tóth Gábor \(Omnicom Media Group\)](#)

## 2010. szeptember 17. Helyszín: SYMA csarnok

10:00-10:10

### Megnyitó

A napi program ismertetése

10:10-10:40  
Előadás

### Tipikus hibák és orvoslásuk a profi portálokon

Milyen hibákat követnek el a legnagyobb portálok és hogyan javíthatóak ezek a problémák? Példák tervezési, megvalósítási hibákra és azok orvoslására. Típek, hogy Ön hogyan kerülheti el internetes jelenlétében ezeket a problémákat!

Előadó: [Dunder Krisztián \(Growww Digital\)](#)

10:40-11:05  
Előadás

### Tartalom-újraelosztás, avagy védjük a tartalmunkat, vagy engedjük szabadon terjeszteni? (Az internetes közösségek és a hagyományos média viszonya)

A közösségi oldalakra, a közösségi tartalommegosztó szolgáltatásokba nemcsak vélemények, hanem a hagyományos média által készített anyagok is felkerülnek. Sokszor a készítőik tudta és engedélye nélkül. Míg ha csak egy ajánló kerül oda, az erősítheti is az adott sajtóterméket, addig a teljes anyagok felrakása látogatókat von el. Ez tény. De mit lehet kezdeni ezzel a jelenséggel? Töröltsünk minden tartalmat, vagy használjuk ki, hogy azok ott vannak? Mi a jó megoldás? Van-e egyáltalán jó megoldás?

Előadó: [Berényi Konrád \(Onlinemarketing.hu Kft\)](#)

11:05-11:35

Előadás

### Hogyan építsünk web-áruházat?

Az elektronikus kereskedelem előnye, hogy a termékek és szolgáltatások értékesítése szabadon történik, földrajzi, időbeli korlátok nélkül. Leggyakrabban web-shopokkal, internetes web-áruházakkal találkozunk. Az előadás során megismerhetik, mi a különbség egy egyedi fejlesztésű, illetve egy web-shop csomagot értékesítőtől vásárolt web-áruház között. Megtudhatják, hogyan kell jó web-áruházat felépíteni, annak mik a legfontosabb ismérvei. Ha már van web-áruházunk, azt a keresőknek is látniuk kell, illetve a potenciális vásárlóknak is meg kell találniuk. Hogyan tudjuk ezt elérni? Széles eszközpalletta áll rendelkezésünkre, legyen szó SEO, SMO, SEM eszközökről. Sokan felteszik a kérdést: ha így csináljuk, tényleg sikeres lesz a web-áruházam? Egy példán keresztül megismerjük, az online marketing eszközök hogyan és milyen eredménnyel támogatják internetes értékesítésünket.

Előadó: [Nyeste Gábor Dr.](#) ([fps webügynökség](#))

11:35-12:00

Előadás

### Fordulópont: magazinforradalom táblagépen és mobilon

Az idei év minden bizonnyal jelentős mérföldkő lesz a tartalomszolgáltatásban. A táblagépek megjelenése és terjedése mostantól valódi alternatívát nyújthat a papíralapú kiadások mellett. Az előadás a kiadók előtt megnyíló lehetőségeket és veszélyeket veszi számba.

Előadó: [Dobó Mátyas](#) ([Magyar Telekom](#))

12:00-13:20

### Ebédszünet

13:20-13:45

Előadás

### Ingtalan.com: az első lépésektől a havi 1,5 millió látogatóig

Hogyan lesz egy havi ösztöndíjból egy milliárdos éves forgalommal rendelkező cégcsoport, ami nyolc weblapot üzemeltet? Az ingatlan.com csoport (Arkon Zrt.) internetes tartalom-szolgáltatással foglalkozó médiacég. Az ingatlan.com az elsők közt jelent meg a magyar cybertérben, vezető pozícióját azóta is őrzi folyamatos fejlesztéseinek köszönhetően. Az internet tudásintenzív terület, ahol a sikerhez megújulni és fejlődni képes csapat szükséges. Hibát követ el, aki számháborúnak éli meg az internetes tartalomszolgáltatást, hiszen 2010-re jelentőséget nyert a minőségi látogató és a minőségi médiafelület fogalma.

Előadó: [Korbuly Krisztián](#)

13:45-14:10

Előadás

### Port.hu: építkezés offline háttér nélkül

Az 1996-ban alapított Port.hu mára jócskán túlnőtte az akkor még egyeduralgó nyomtatott műsormagazinokat. Hogyan építkezzen egy online vállalkozás, ha nincs mögötte offline háttér? És hihetünk-e abban, hogy egy magyar vállalkozás a hazai piac meghódítása után külföldön is sikeres lehet? A Port.hu sztoriját az alapító személyesen mutatja be.

Előadó: [Veszélovzski Zsolt](#) ([Port.hu](#))

14:10-14:35

Előadás

### Femina.hu

A siker titka. Hogyan csináljunk 1500 egyedi látogatóból 130 000-et három év alatt? Hogyan válik portfólió-támogatottság nélkül egy kis site-ból Magyarország egyik piacvezető női portálja? Típek, érdekességek arról, hogyan lesz egy jó ötletből profitképes, sikeres termék.

Előadó: [Csonka Noémi](#) ([TV2](#)), [Rácz Brigitta](#) ([Femina.hu Kft.](#))

14:35-15:00

Előadás

### CV-Online

Hogyan lehet az online álláskeresésből jövedelmező üzletet csinálni? Miért fizetnek egy állásportálnak az ügyfelek? Milyen szolgáltatásokat kell nyújtani, és mi a siker titka? A magyar piacon az elsők között megjelent cvonline.hu állásportál a folyamatos fejlesztéseknek és az új termékeknek köszönhetően jelenleg is hazánk egyik meghatározó állásportálja.

Előadó: [Balla Zoltán](#) ([Russmedia](#))

