

Hiperlokális workshop

2015.11.24.

Helyszín: Mozsár kávézó, Budapest, Nagymező u. 21.

Program

2015. november 24. Helyszín: Mozsár kávézó, Nagymező u. 21.

10:00-10:10 Előadás	Megnyitó Néhány gondolat a hiperlokálitásról Előadó: Szakács László (<i>Grabowski Digital Kft.</i>)
10:10-10:25 Előadás	A fogyasztók földrajzi eloszlása Státusz, demográfia és termék kategória-fogyasztás TGI-adatok alapján. Előadó: Perjés Tamás (<i>TNS-Hoffmann</i>)
10:25-10:40 Előadás	Hiperlokáltság a gyakorlatban Mikor és hogyan érdemes hiperlokális kommunikációt folytatni? Előadó: Incze Kinga (<i>Mrs White Media Consulting</i>)
10:40-10:45 Előadás	A központból a hiperlokáltságba Az esettanulmányok elé. Előadó: Szakács László (<i>Grabowski Digital Kft.</i>)
10:45-11:00 Előadás	Esettanulmány 1 Nyíregyházi autókereskedési hiperlokális tapasztalatok Előadó: Gégény Norbert (<i>Csősz-Platán Cégcsoport</i>)
11:00-11:15 Előadás	Lokális OTC marketingkommunikációs megoldás a nátha-szezonban A pontos célzású, helyileg fókuszált kampány jól kiegészíti a széles tömegek elérését biztosító kommunikációt. Egyrészt inkrementális elérést biztosít, másrészt kiemelkedő affinitást, ami a kampányparaméterekben is megmutatkozik. Erre sikeres példa a Boehringer Ingelheim gyakorlatából egy esettanulmány, melyben a nátha és influenza földrajzi előfordulásának megfelelően rugalmasan alkalmaztak célzott videokampányt, várakozáson felüli eredményekkel. Előadó: Sipos Balázs (<i>Boehringer Ingelheim</i>)
11:15-11:30 Előadás	A marketingkommunikációs célzás különböző dimenziói és a helyalapú mobilmarketing Milyen aspektusokból érdemes végiggondolni a marketingkommunikációs célzás különböző dimenzióit, és milyen lehetőségeket kínál a marketingeseknek a helyalapú mobilmarketing? Előadó: Nagy István (<i>Origo</i>)

11:30-11:45 Előadás	<p>Adatbázisok az üzleti hatékonyság növelésében</p> <p>A marketing és értékesítési hatékonyság növelése kiemelkedő szerepet kapott az elmúlt években. A lokációk – és a hozzá kapcsolt egyéb adatok – széles teret engednek a piacelemzésnek. A vállalkozások adatai – esetenként a BM lakossági adatbázisával kombinálva – olyan speciális szegmentációkat tesznek lehetővé, melyekkel akár konkrét címekre lebontva tudunk piaci értéket rendelni 1-1 irodaépülethez vagy akár családhoz. A cégek és személyek közötti összefonódások jól alkalmazhatóak a – Magyarországon egyedülálló – elaprózódott cégstruktúra egységben történő kezeléséhez.</p> <p>Előadó: Csorbai Hajnalka dr. (<i>OPTEN Informatikai Kft.</i>)</p>
11:45-12:00 Előadás	<p>Lokális kampányoptimalizálás helyi rádiókkal</p> <p>Hogyan optimalizáljunk lokális, rádiós kampányt? Klasszikus vs. non-spot kampányok, melyik a hatékonyabb? Integrált megoldások a helyi rádiókban, esettanulmányok.</p> <p>Előadó: Hauk Zoltán (<i>HEROE</i>)</p>
12:00-13:00	Ebédszünet
13:00-13:10 Előadás	<p>Eladásösztönzés hiperlokális kampánnyal (bevezető)</p> <p>Fókuszban néhány nagyváros</p> <p>Előadó: Szakács László (<i>Grabowski Digital Kft.</i>)</p>
13:10-13:25 Előadás	<p>A lokális kommunikáció ereje</p> <p>Lokális és lojális olvasók médiafogyasztása. Hogyan érhet célba hatékonyan üzenete? Esettanulmány: vásárolni visszük a megyét.</p> <p>Előadó: Porkoláb Judit</p>
13:25-13:40 Előadás	<p>Korzó újratöltve</p> <p>2015, a megújulás éve. Nyíregyházi plaza-esettanulmány, a Reon ügynökség tendernyertes anyaga.</p> <p>Előadó: Pálóczy Györgyi (<i>REON Digital Kft.</i>)</p>
13:40-13:55 Előadás	<p>Országos kampány lokális célzással (eladásösztönzés 3)</p> <p>Hogyan érjük el hatékonyan a megyeszékhelyeken működő KKV-kat?</p> <p>Előadó: Petőfi Annamária</p>
13:55-14:15 Előadás	<p>Cross-médiás médiapiaci áttekintés</p> <p>WR-adatok és piaci infók alapján, a még folyamatban levő Goldfish Budapest bemutatása</p> <p>Előadó: Feitel Balázs (<i>Ipsos Zrt.</i>)</p>
14:15-15:00 Fórum	<p>Összegzés</p> <p>Kerekasztal-beszélgetés.</p> <p>Résztevő: Györke Zoltán (<i>Lapcom Kft.</i>), Sipos Balázs (<i>Boehringer Ingelheim</i>) Beszélgetésvezető: Incze Kinga (<i>Mrs White Media Consulting</i>)</p>

