

## Fókuszban a fogyasztó - I. Mfor Marketing Konferencia

*Szeretne találkozni Szőke kapitány parancsnokaival? Érdekli milyen a gerillaharcmodor? Izgalmasnak találja a vírusok világát? A Menedzsment Fórum Konferenciák soron következő eseményén a hazai marketing és reklámszakma legjelesebb képviselőitől kaphat útmutatást, mire érdemes figyelni napjainkban egy-egy kampány kialakításakor, illetve merre vezetnek azok a járatlan utak, amelyek miatt a kitaposott ösvényekről érdemes lelépni. Trendek, folyamatok, és konkrét példák - hogy képpen legyen.*

### P R O G R A M

08.45 - 09.15      Regisztráció, kávé

09.15 - 09.30      Moderatori köszöntő, bevezető

09.30 - 10.00      **„A fogyasztó érzelmi oldalról történő becserkészése”**  
**Babocsay Ádám** ügyvezető, tulajdonos, BMB Focus Kft.

A márka sikeres bevezetéséhez elengedhetetlen a fogyasztói insight, azaz a demográfiai, és pszichográfiai célcsoport meghatározáson túlmenő érzelmi alapon működő fogyasztói döntésmechanizmus megismerése. A kvalitatív kutatásokat végző cégtől érkező előadónk a márka-kötődés kialakulásához szükséges fogyasztói attitűdöket vizsgálja, esettanulmányokon keresztül.

10.00 - 10.30      **„Kommunikációs csatornák átrendeződése a XXI. század elején”**  
**Fischer András** vezérigazgató, Origo

A technika rohamos fejlődése a célcsoport elérés módjait permanensen változtatja. A kommunikáció súlypontjai eltolódtak, a felerősödött online kommunikáció önmagában is folyamatos változáson megy keresztül. A célcsoport elérés alkalmazkodásáról, és az online kommunikáció szerepéről, változásáról beszél előadónk.

10.30 - 11.00      **„Célcsoport-meghatározás az interaktív kommunikációban (online, gerilla, vírus, véleményvezér)”**

**Végvári Imre** igazgató, Arcus Interactive Group

A világ az interaktív kommunikáció felé halad, ahol a célcsoport-meghatározás más elvek mentén történik, mint a hagyományos reklámozásban. Előadónk segítségével azonosítjuk a fogyasztói információs hálózatokat, és vizsgáljuk az információ terjedését.

11.00 - 11.30      **„A TV szerepének eltolódása a reklámozásban”**

**Kovács Krisztián** kereskedelmi igazgató, TV2

A kereskedelmi televíziók olyan konkurenciát kaptak a XXI. század elejére, mely alapvetően változtatja meg a korábbi kiváltságait. Alkalmazkodnia, fejlesztenie kell a televíziós műfajnak! Mire jó ma a tévéreklám, és hogyan alakult át a „marketing-evolúció” hatására a televíziós reklámok szerepe?

11.30 - 11.50      Kérdések az előadókhoz

- 11.50 - 12.50 *Ebédszünet*
- 12.50 - 13.00 Reklámmustra 2007 díjátadás  
**Laboratory Ideas – Szőke kapitány**  
**Carnation - Füttyölős**  
**Oliver Stúdió – Richter kampány**
- 13.00 - 13.30 **„Adatbázis-kezelés, felhasználás, értékesítés itthon és külföldön”**  
**Györke Dániel** cégvezető, Schober Information Group Magyarország  
Az adatbázisok és címlisták felhasználási és építési lehetőségeiről beszél meghívott vendégünk, a hazai jogi szabályozás és etikai irányelvek tükrében. Milyen legális csatornák és források állnak rendelkezésre külsős címlisták és adatbázisok alkalmazására? Mire használhatóak az adatbázis-marketing eszközei? Miben különbözik a hazai szabályozás és gyakorlat összehasonlításban a régió és Nyugat-Európa országaival? Mindezekre meg tudhatja a választ előadónktól.
- 13.30 - 14.00 **„Nők a weben”**  
**Somogyi Péter Pál** médiaértékesítési igazgató, Origo  
Azt, hogy a nők a család meghatározó döntéshozói a vásárlások terén, régóta tudjuk. A verseny a női vevőkért szintén nem új keletű. Abban viszont fejlődés látszik, hogy ezt mennyire tudatosan vállalja fel egy kampány, és maguknak a médiaeszközöknek a leosztása hogyan változott az utóbbi időben ebből a szempontból.
- 14.00 - 14.30 **„Branded content”**  
**Fabricius Gábor** kreatív igazgató, Republic Advertising&Branding  
Amit az internet nyújt, de még kevesen értik: branded content, engagement, involvement, avagy a szórakoztatással elegyített reklám koncepciója. Hogyan válhat élménnyé a reklám, miként lehet márkánk iránt elkötelezetté tenni a fogyasztót?
- 14.30 - 15.00 **„Célzás a B2B marketingben a nemzetközi piacon”**  
**Kovács János** PR és kommunikációs vezető, Masterplast Group International  
Milyen sajátosságai vannak a szegmentációnak B2B esetben? Van eltérés a nemzetközi piacoktól függően?
- 15.00 - 15.20 Kérdések az előadókhoz
- 15.20 - 15.50 *Kávészünet*
- 15.50 - 16.50 Panelbeszélgetés:  
**„A kommunikációs csatornák változásai az utóbbi időben szegmentálás tekintetében”**  
Résztevők: **Fabricius Gábor, Fischer András, Kovács Krisztián,**  
továbbá **Szűcs Ervin** ügyvezető igazgató, Weber Shandwick  
Az előadás alaptémájával foglalkoznak a szakemberek a panelbeszélgetés keretében: merre halad a kommunikációs csatornák szegmentálódása, milyen hangsúly-eltolódások figyelhetők meg a XXI. század elején, és milyen irányba mutatnak ezek a változások.
- 16.50 - 17.00 Konferenciazárás

Az előadók felkérés alatt állnak, a programváltoztatás jogát fenntartjuk!

## J E L E N T K E Z É S I L A P

Kérjük, a jelentkezési lapot az alábbi elérhetőségek valamelyikére megküldeni:  
e-mail: [konferenciak@mfor.hu](mailto:konferenciak@mfor.hu), [acs.nora@mfor.hu](mailto:acs.nora@mfor.hu); fax: +36 1 266 37 44

Cégnév:
Név/nevek:
Beosztás/osztály:
Telefon:
Fax:
E-mail:
Levelezési cím:
Számlázási cím:

**Részvételi díj:** 55.000,- Ft + áfa

**Kedvezmények:** ☐ Május 16-ig (péntek) történő jelentkezése esetén 5 %  
☐ Egy cégtől 2 vagy több fő jelentkezése esetén 5 %

**További kedvezmény:** A Menedzsment Fórum regisztrált olvasói számára 15 %, mely csak on-line regisztráció esetén vehető érvénybe!

A kedvezményeink összevonhatók!

A jelentkezési lap kitöltése megrendelésnek tekinthető, melyre az alábbi fizetési és lemondási feltételek vonatkoznak:

**Fizetési feltételek:** Vállalom, hogy a részvételi díjat a számlán szereplő határidőn belül átutalom a Menedzsment Fórum Konferenciák részére.

**Lemondási feltételek:** A részvétel lemondása csak írásban lehetséges. Az eseményt megelőző 2 héten túl a lemondási díj a részvételi díj 50 %-a. Az eseményt megelőző két héten belül pedig a jelentkező a teljes részvételi díjat köteles megtéríteni. Lemondás esetén az eseményre más személy delegálása lehetséges.