

IV. Mfor Marketing Konferencia

Hatékony marketing kommunikáció válság idején

A gazdasági válsággal együtt új irány köszöntött be a marketing világában. A szebb időket látott profitorientáció már kevés, lépni kell a vevőorientáció felé. A szükséges technikák adottak, külföldön már alkalmazzák is azokat, hazánkban azonban a gyakorlatban csak elvétve találkozhatunk velük.

Konferenciánkon megismerhetik azon új technikákat, melyek segítséget nyújthatnak a piacszerzésben, a hatékonyabb és pontosabb szegmentálásban és a fogyasztó felé történő kommunikációban. Az innováció nem csak a termékek és szolgáltatás fejlesztés területén fontos, hanem a vállalatnál alkalmazott marketing területen is. Aki ma lépni mer, annak nagyobb esélye van, hogy pozitív mérleggel vészeli át a válságot.

PROGRAMTERVEZET

13.00 - 13.30	<i>Regisztráció, kávé</i>
13.30 - 13.45	Moderátori köszöntő, bevezető
13.45 - 14.30	Márkaépítés, kitérve az exponenciális marketingre Hogyan segít az új szemléletmód, a hatékonyabb marketing kommunikációs kialakításában? Paul Garrison dékán, CEU Business School; ügyvezető igazgató, Garrison Group
14.30 - 15.00	BOS - kék-óceán stratégia, mint világtrend Hogyan terjedhet el Magyarországon? Mi a BOS stratégia lényege? Milyen iparágban használják? Hogyan fejlődik? Előadás esettanulmánnyal bővítve. Sátor Balázs ügyvezető igazgató, CTF
15.00 - 15.30	A gerillamarketing jövője a kommunikációban Van-e hosszú távú jövője a gerillamarketingnek a kommunikációban Magyarországon? Kaizer Gábor stratégiai igazgató, ReVISION Gerilla Marketing
15.30 - 16.00	<i>Kávészünet</i>
16.00 - 16.30	A PR szakember szerepe a márkaépítés során, válság idején Válság idején miként alakul a PR-os szerepe a márkaépítés során? Szabó Ibolya közkapcsolati és kommunikációs vezető, Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft.
16.30 - 17.00	Sablonosság vs. innováció Mit tud tenni egy reklámügynökség, hogy közelebb kerüljenek a vállalatok a fogyasztókhoz? Fabricius Gábor kreatív igazgató, Republic Advertising&Branding
17.00 - 17.45	Panelbeszélgetés: Panelbeszélgetés: Hatékony marketing kommunikáció válság idején Mely vállalatnál hogyan hat a gazdasági válság a marketing kommunikációra? Résztevők: Spielmann Katalin média menedzser, Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft. Autós szektor képviselője Bank szektor képviselője Telekommunikációs szektor képviselője
17.45 - 18.00	<i>Konferenciazárás</i>

A programváltoztatás jogát fenntartjuk!