

VIII. Mfor Marketing Konferencia

OFFLINE MARKETING TRENDEK 2011

2011. június 9. csütörtök
Danubius Hotel Gellért
Budapest



A marketing az elmúlt években szinte teljesen átalakult, köszönhetően az online felületek térnyerésének. Létrejötték, és megerősödtek az internetes közösségek (Facebook, Iwiw), a vásárlói szokások megváltoztak, a fogyasztók mind nagyobb része szerzi be az információkat az internetről.

Nem szabad szem elől tévesztenünk, hogy nem tartott lépést az információszerzés változásával a vásárlás, hiszen annak döntő része, még mindig a hagyományos boltokban történik. A marketingesek fegyvertárában a klasszikus eladást segítő marketing eszközöket újak váltják fel, miközben az elmúlt időszakban azok is hatalmas fejlődésen mentek át. Érdekes megvizsgálni, milyen az offline marketing jövőképe? Hogyan változtak és alkalmazhatók a viszonylag új eszközök, mint a CSR, vagy a trade marketing?

PROGRAM

- | | |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13.00 - 13.25 | <i>Regisztráció, kávé</i> |
| 13.25 - 13.30 | Moderátori köszöntő, bevezető
Kőszegi András , BrandTrend Kommunikáció |
| 13.30 - 14.00 | Piackutatási trendek
A gyors és pontos információ hatalmas sikert eredményezhet egy terméknek, és ezáltal a gyártó vállalatnak egyaránt. Vannak olyan kutatási eszközök, amelyek pontosabb információval szolgálnak elődeiknél? Merre tart a piackutatás 2011-ben? Mobilkutatás, socialmedia kutatás, neuromarketing és társaik.
Pintér Erika ügyvezető, tulajdonos, Trend International Kft. |
| 14.00 - 14.30 | Trade marketing trendek
Nagy és látványos fejlődésen ment át a trade marketing az elmúlt években. Mi várható a jövőben? POP – POS eszközök, Kategória menedzsment
Czirják István VAIO üzletág vezető, Sony Central és Southeast Europe Kft. |
| 14.30 - 15.00 | Direkt marketing trendek
Egy terület, amely nagyon sokat változott az elmúlt pár évben. Talán hatékonyságban az egyik legerősebb offline marketing eszköz. Milyen változások várhatóak a kuponok, lojalitásprogramok és vásárlásösztönző promóciók területén az elkövetkezendő időben?
Csomor Tamás ügyvezető igazgató, DRAFTFCB Kft.;
ügyvezető igazgató, Lowe G&K Budapest |
| 15.00 - 15.30 | <i>Kávészünet</i> |

- 15.30 - 16.00 **Product placement trendek**
Az új médiatörvény megengedi a termékelhelyezést. Milyen új lehetőségeket ad ez a televíziók és a vállalatok kezébe? Milyen jellegű reklámformák nyernek teret 2011-ben?
Dr. Papp-Váry Árpád PhD dékán,
Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola
- 16.00 - 17.10 **Panelbeszélgetés**
„Termékelhelyezés a gyakorlatban”

Felvezető előadás:
„A termék megjelenítés jogi háttere”
Dr. Drotár Annamária médiafelügyeleti jogi munkatárs,
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

Részvevők:
Dr. Papp-Váry Árpád PhD dékán,
Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola
Németh Ottó Marketing Manager - Cosmetics Division,
Media Manager - Henkel Corporate, Henkel Magyarország Kft.
Dr. Drotár Annamária médiafelügyeleti jogi munkatárs,
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
dr. Markovich Réka főtktár, Magyar Reklámszövetség
- 17.10 - 17.40 **CSR másképp – az új irányvonal**
A korábbi gyakorlattal ellentétben ma már egyre kevésbé jellemző, hogy egy vállalat adományozásra és szponzorációra szűkíti társadalom felelősségvállalási tevékenységét. Ma már a CSR a termék innovációnál kezdődik és a bolti eladásnál fejeződik be. Merre tart a CSR?
Új irányvonalak esettanulmány formájában.
Fertetics Mandy ügyvezető, vezető tanácsadó, Alternate Tanácsadó Kft.;
fenntartható fejlődés vezető, Dreher Sörgyárak Zrt.
- 17.40 - *Konferenciazárás*

A programváltoztatás jogát fenntartjuk!