

AZ ÜZLETI GONDOLKODÓK KONFERENCIÁJA

Amikor az utolsó csepp lecsap

Felkészülés a felkészülhetetlenre



INTERNET HUNGARY 25!
2024. október 1–2.
SIÓFOK, HOTEL AZÚR

Internet Hungary 25! Amely nem csak követi, de szolgálja is a változásokat!
Internet Hungary 25! Interakciós konferencia és színház!
Internet Hungary 25! Az üzleti (tovább-)gondolkodó konferenciája!

Az Internet Hungary konferencia programtükre. 2024. október 1., kedd – Plenáris – Ébredés. Életformánk a kételkedés.

Plenáris:

Adás előtti reggeli izgató:
Pocsolyámba néztem,
de nem fért bele az arcom.
A két napos konferencia ismertetője.

- A történelem az élet tanítómestere.
- Az utolsó csepp természete, a fekete hattyú legendája.
- Előre nem látható okok miatt a jósdánk zárva tart.
- Az elvesztett paradicsom.
- Diagnózis: A káosz peremén.

Figyelem! A konferenciát átszövi a:

– **Mind Hungary** – Más piacról érkező szakemberek, akiknek tudását adaptálni érdemes, hiszen problémájuk, megoldásaik párhuzamba hozhatóak a mieinkkel. Összesen 20 programpont.

– **Z-generációs előadók** témához kapcsolódó előadásai. Összesen 14 darab.

– **Research Hungary!** Összesen 11 darab, erre az alkalomra készített kutatás bemutatója a két nap folyamán.

– **Színházak.** Összesen 9 előadás lesz.

Az újgenerációs kapitalizmus és a versenypiac

- A versenypiac olyan, mint a sakk, a mattig mindig mindenre lesz válasz.
- A gyülekeznek a fekete hattyúk a kapitalizmus egén.
 - Stratégia és alkalmazkodóképesség, a katonai stratégia fejlődése és történelmi összefüggései.
 - Az emberhez kell leginkább alkalmazkodni?
 - A tőzsde lelke és fekete hattyúi
 - **MIND Hungary!** Szakértők a környező piacokról!
 - **PÉLDAKÉP** díjátadó
 - Nincsen rosszabb egy unatkozó társadalomnál.
 - Az ún. „újgenerációs” gazdaság létrejöttének realitásai.
 - **SZÍNHÁZ!** Ki miért kíváncsi a világra?

Felkészülés az újgenerációs marketingre

Mi lenne, ha mostantól nem statisztikai számnak, hanem ügyfélnek kezelnénk a fogyasztóinkat?

- Tényleg várhatóak fekete hattyúk a marketing univerzumában?
- Research Hungary! 11 friss kutatás
- Kit kell szolgálnia az ügynökségnek? A megrendelőt, vagy a célt? Vagyis az ügyfél ügyfelét?
- Az újgenerációs marketing: Kire lesz szükség?
- A sikeres termékértékesítés összetevői.
- Hogyan teheted érdekeltté a reklámfogyasztót a reklámok fogyasztására?
- Honnan jöhetnek az új megrendelők?
- A hatékony és hatásos árazás művészete.

Az újgenerációs (e-) kereskedelem kialakulása

Hol lesz majd a piacterünk?

- Kié lesz majd a piacterünk?
- Ami eltörölhet, az el is töröl! Az újgenerációs kereskedelem újgenerációs gondolkodókat kíván.
- Mikor fog eléggé fájni?
- Mitől ébredt öntudatra a fogyasztó?
- Ha gagyinak tartjuk a TEMU-t, akkor miért is válasszuk?
- Mit nevezhetünk újgenerációs kereskedelemnek?
- **DIJÁTADÓ!** HungarEcomm Stars 2024 – a legpiacképesebb magyar e-kereskedők – díjátadó a Growww Digital szervezésében
- Bejelentés
- Hol lesz majd a piacterünk?
- Sales Hungary – Miért kapott gellert a hazai Retailmedia?

Az újgenerációs Content & Communication marketing

- Radikális optimizmus és kulturált strucc simogató.
- Szellemes szellentés. Minél többen, annál lejjebb.
 - Aranyhalak a forró halászlében? Az eltékozolt tehetségünk?
 - Radikálisan optimista vagyok, de a PR halott!
 - Lehet-e a mázzal sakkban tartani embereket? Halkan kiabálok a gödörből, nehogy valakit megzavarjak. Gondolatok a mázról és a félelemről.
 - Miért gyengék a PR reklámok?
 - Fenntartható-e a az ügynökségi modell? Hol ad(hat) hozzáadott értéket?
 - Csak a bullshít fenntartható? Lehet(ne) hasznos az ESG vagy ez csak bullshít gyár?
 - Mind Hungary – Hova magasodik a kultúra?
 - A kultúra és a szellemes találkozó

A kulturált hirdetési forma

- Reklámzaj helyett értéket adó megoldások!
- Támogatás szponzoráció – mind a három fél értéket kap.
- Sport marketing 2024.
 - Szponzorációs kampánytervezés 2024.
 - Bemutatjuk a sportstreaming nemzetközi trendeket és az RTL+ BL-közvetítéseinek hátterét.
 - Mit tanulhattunk az idei „sportos évből”?
 - 2025 év eseményei! E-sport olimpia – Hol lehet az e-sportban az érték?
 - Mi a túró az az Addressable TV és mi különbözteti meg a Connected TV-től?
 - Kinek éri meg az ATV és a CTV-ét alkalmazni?
 - CTV és ATV ma médiakampányokban.
 - **The Big Screen:** Miként tudja modernizálni önmagát a hagyományos
- MESTERSÉGESS INTELLIGENCIA?**
- Szót érteni a mesterséges rabszolgáinkkal
 - Nem a szép szóból ért a Mesterséges Intelligencia, hanem a parancsból!
 - Mesterséges Intelligencia a gyakorlatban
- A programsorozat másnap folytatódik**

Nagy játszótér az emberi lélek!

- A bennünk élő a játszótér
- Minden kornak megvan a maga varászigéje
- A gyilkosok köztünk élnek
- Ma egy fiatalnak eladni hagyományos marketing eszközökkel nem lehet.
- Gyorsuló világ, rövidülő generációs ciklusok
- Trash dömping és a növekvő ingerküszöb hatásai a digitális generációk körében
- Love brandek és gyűlölt reklámjaik
- Élmény kell az embernek, a népnek!

Miért legyek áldás, ha lehetek átok is!

Színes, zenés éjszakai buli, hölgyeknek, uraknak, hercegnőknek, kentauroknak, nárciszoknak és félenken utazóknak.

Fellép: Vegas Showband • Mondovics Péter és Erős Attila minikoncert • Disco by REGAN LILI. Éjfélkor pedig az elmaradhatatlan Tunki Party. Pörkölt, fehér kenyér és savanya

AZ ÜZLETI GONDOLKODÓK KONFERENCIÁJA

Amikor az utolsó csepp lecsap

Felkészülés a felkészülhetetlenre



INTERNET HUNGARY 25!
2024. október 1–2.
SIÓFOK, HOTEL AZÚR

2024. október 2., szerda

Reggeli ébresztő!

- Csoportban az erő! De mi lesz a gond a kontroll nélküliekkel?
- A hit pszichológiája. Vágyak és életérzések.
- A kételkedés és a csodák természete.

Human Hungary

Emberek lelke egyénileg és csoportokban

– A digitális avatarok jelentősége és hadszíntéri digitális technikák a cégvezetésben

– A digitális avatarok jelentősége és hadszíntéri digitális technikák a cégvezetésben

– Felkészülés a felkészülhetetlenre. feszegessük a jövőnket

– Oscar direktívák a cégvezetésben - EU kisebbségi előírások a vezetésben.

– A jóllét közgazdaságtana: megéri a vállalatnak a boldog munkavállaló?

Az újgenerációs marketing új útjai

A marketing evolúciója

– Az előfizetéses szolgáltatások marketingje.

– Miért kaphatott gellert a Retail Media?

– Márkák az influencer marketingben

– Csodálatos influencerek a csodálatos kampányokban.

– A marketing evolúciója – Ogilvy tanai elszállnak és

Kotleré mennyire értékálló?

– Hogyan néz ki ugyanaz a márka Facebookon, Instán, és TikTokon

– Ki lesz a jövő marketingese?

– Megfelelési kényszer a reklámparban

– A nélkülözhetetlenség képlete

Kinek mi a nagy érték? A nagyértékű termékek marketingje.

Data Hungary

Adatvezérelt lelkek, automatizált döntések

– Kristálygömb 2.0: Prediktív analitika a társadalom és üzlet szolgálatában

– 3+1 (a 3: gyorsaság, minőség, ár; a +1 az ember)

– Automatikus empátia

– Automatizáció a marketingben – Építs a kíváncsiságra, építs a kételyeire.

– Vevői élmény automatizálva?

– A harcászati és politikai harci stratégiák alkalmazása a marketingkampány versenyekben

– Első feles saját adatvagyon építése: A saját birtokunkban lévő adatok gyűjtése, kezelése és felhasználása a marketingben.

– Utánunk az özönvíz, avagy hogyan mossa el adatkezelésünk a márka értékét.

Ezen a napon fellépnek:

Csernus Imre, Kemény Dénes, Mérő László, Momentán színészenekar, Pál Feri, Rab Árpád

Jövőkutatás a mesterséges intelligencia segítségével

Hogyan legyünk futurológusok?

– A Mikulás-hatás a robotikában, avagy mikor lesz nekem 4 lábú robotom?

– Az állatokat figyelő algoritmusok..

– Chipek a bőrünk alatt.

– United Illusions – Új fejezet a filmgyártásban

– A Digitalizáció, mesterséges intelligencia és profitabilitás a kiskereskedelemben.

– A valóságot ferdítő mesterséges intelligencia

– SZÍNHÁZ: A mesterséges RABszolga színháza
A Momentán színészenekar és Rab Árpád közös előadása

– Életünk 2030 nyarán – Avagy hogyan legyünk jövőbelátók!
Játékos interakció

Rövidülő generációváltások, Rövidülő attitűd váltások
Az örök körforgás:
„A nehéz idők erős embereket teremtenek, az erős emberek könnyű időket teremtenek. A könnyű idők gyenge embereket teremtenek, a gyenge emberek nehéz időket teremtenek.” Rashid sejk, Dubai alapítója

– Miért van szükség az olvasásra?

– A generációk fehér, szürke és fekete hatyúi

– Nem csak a 20 éveseké? 50 felett is van élet, azaz a „silver economy” piaci helye és jelentősége

– Aktuális varázsszó?

„Green Generation”: zöldgenerációs értékrend, avagy fókuszban a fenntarthatóság

– AI a generációk tükrében: kinek forradalom, kinek lufi?

– A rövid videókon szocializálódott kocka generációfantáziája, empátiájával..

– Ifjúságkultusz, ageizmus vagy fiatalság-terror? Vajon meddig kell még örökre fiatalnak maradni?

Köszönetet mondunk főtámogatónknak



Köszönetet mondunk kiemelt támogatóinknak



Együttműködő partner



Digital-Hungary

PÉLDAKÉP DÍJ
2024

