

Versenysben a résztliért Kié lesz a piacterünk?

INTERNET HUNGARY
2025. október 7–8.
SIÓFOK, HOTEL AZÚR

Internet Hungary 25! A konferencia színház!

Az üzleti gondolkodók konferenciája

Internet Hungary 25! A digitális prosperitás konferenciája! – Internet Hungary! A szellem színháza!

Az Internet Hungary konferencia programtükre. 2025. október 7., kedd – Ébredés. Életformánk a kételkedés

Plenáris:

Reggeli borzolgató: A pénz igaz, és eldönti, mi nem az.
– Mindennek van előzménye, és következménye.
– Képzeljünk el egy globálisoktól mentes országot?
Képzeljük el, hazánkat a határtalanok nélkül? hogyan működhetnének?

– Filozófia és kultúra nélkül egy versenypiac sem maradhat fent! Nincs rosszabb egy unatkozó társadalomnál.
– Varázslatok és varázslók márpedig léteznek. Léteznek mert nagy szükség lesz rájuk? (Meg fogod érteni ennek ralitását)
– Lép ki a dobozodból, mint egy rossz cipőből!

Figyelem! A konferenciát átszövi a:

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

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

Business Future

Embortelen versenypiac

A versenypiac olyan, mint a sakk, a mattig mindig mindenre lesz válasza a másik félnek.

– Min fordulhat meg az emberi sors? A digitális kapitalizmus természeti törvényei.

– A kulmináció lélektana

– A digitális világ műanyag flamingója az ember

– Farkasok, zombik és természetes monopóliumok.

– Le tudunk mondani az internetről?

– Az elkövetkező 30 év

– Az idő újra értelmezése

– „...ha te most ide áll, akkor én meg oda lépek...” A versenypiac olyan, mint a sakk, minden lépésre lesz egy ellenlépés.

– **Példakép díjátadó**

– Merre tartanak a világ versenypiacai? Vége lesz a kapitalizmusnak? Nincsen rosszabb egy unatkozó társadalomnál.

– Miért van szükség varázslatos cégvezetőkre?

– **SZÍNHÁZ!** A kultúra nem vész el, csak átalakul

Communication END content

Létezhet-e kommunikáció, médiatartalom nélkül?

Óvakodj az epigon gyártóktól!

– **Bocs, nem figyeltem!** A legtöbb tartalom eddig is az elménkre apellált: az érzékeinken át érkező ingerekre a tudatunk választát, vagyis a figyelmünket várta. De mostantól...

– A figyelem biológiája

– A tömegkultúra elszínlakódása

– Létezhet-e kommunikáció hagyományos média nélkül?

– Meddig lesznek kíváncsiak a kérdéseinkre?

– Minek ide ember ha gépek is csinálhatják?

– Figyelemreméltó manipuláció

– Zavar van a mátrixban: a vállalati valamint az egyéni lelkiismeret és a piaci logika összecsapása (hipotézisek megfogalmazása)

– Mit tehet egy sajtódíj a kultúráért, és hazánk versenypiacáért?

– Marketing Future: Epigonok biológiája

– Megérett a piac egy új médiapiaci termék fejlesztésére

Marketing Hungary

A marketing és a média hatása a versenypiacra, és a megmaradt fogyasztóra.

– A hatás megváltozott mechanizmusa.

– Marketing teoretika: Már miért volna szükség marketingre a reklám helyett?

– A nagy-képernyő funkcióváltása Bemutatjuk a reklámfogyasztók tortáját!

Mit adhat a márka a versenypiacnak?

Brand Hungary:

Eljött a rebrand ideje?

A márka a buborékokban

Mit ér a márka a 2025-ben a versenypiacra?

A média digitális stratégiája: „Jé, itt az ember!”

A tartalomfogyasztó megmaradt szeretete a lokális média iránt Beszéljessünk az ügynökségek átalakul piacról!

Research Hungary

Ahány mérés, annyiféle igazság

– Féltreértelmezett adat isten

– Mesterséges intelligencia és a modern kutatások kapcsolata – Hogyan tehetünk rendet kutatásokkal a valóságban?

Tudhatjuk, hogy ki hova megy, mennyi idős, mit vásárol, de azt nem tudjuk, hogy a főnöke mikor lesz rosszkedvű, ami hatással van rá. A csoport is másként viselkedik, mert az ember lelke ESETI. Segít az adat és az MI, de a megfelelő értelmezés az ember dolga marad.

Retail Hungary

Versenysben a határtalanokkal

– A kíváncsiság és a lojalitás anatómiája

– A pszicho-logika

– Az irányítható ember, és az etikátlannak tűnő pénz

– Sör, TikTok, pszichológia, és jobban megy a kereskedés – Ahogy azt Móriczka elképzei! Azt hiszed, hogy az ügyfél beleszarik a tányérodba! Pedig pont miattad elkecseregetted!

– Valójában mennyit ér egy vásárló hűsége?

– Azé az ügyfél aki megműveli

– A be nem listázott termékek bosszúja

– Küzdés a nagy-hullámok között: Amikor rákényszerülsz a harcászati és politikai stratégiákat alkalmazni! – Csomag a pácban : A Contact Men

Retail Media

A fejlődés következő lépcsőfoka: Sztenderdizálás

– Egyértelműsítő: Miért van szükség sztenderdizálásra

– Vajon miért nem nyitottabbak a retail mediára a kereskedők?

Miben lehet több a retail media a POS reklámnál?

A fejlődés elfeledett lépcsőfokai

A retail media hasznos és hasznatlan adatai Tapasztalatok a retail mediába vetet hitről?

„De ez így nem jó...” A retail media sztenderdizálásának gyakorlati megvalósításának akadályai.

AdTech 2025–2026.

Egyre többen egyre közelebb az emberhez.

– A figyelem szétforgácsolása, csak algoritmussal rendezhető?

– Platformok átalakulása

– Az online keresés átalakulása: SEO kontra MI?

– Mit adhat nekünk a zéró klikk?

– Mikor szállnék ki a a SEO-ból?

– Viselkedésvizsgálat az algoritmussal

– Káoszban az állandó:

Elkapni a vágy pillanatát

– Bátorság digitálisan – Amikor tovább gondold az algoritmus javaslatát

– Mit adhat a versenypiacnak a 2025-ös évjáratú adtech?

– PDOOH a gyakorlatban

– A Connected TV magányossága

– A CTV célcsoportjának

kosárétéke

– Youtube

a figyelemgazdaságban

– A CTV jövője

a programmaticban képzelhető el csak?

– Képernyőtől az utcáig.

A digitális reklám valósága

– Milyen feladatokat kell a hazai tartalomgyártók és -szolgáltatók versenypiacán megoldani, hogy a CTV teljes pompájában segítse a hazai hirdetési piacot?

Sport Business Hungary

Egy új médiaiparág van kialakulóban?

– Reklám, szponzoráció... mi a ráció?

– A merchandise új korszaka?

– Miért rajonganak a hirdető?

– Az augmented sport experience

– Benzingőz újratöltve

– Verseny a GenZ-ért

– Hogy jelenik meg az AI a sportmarketing világában?

– A gamer pozitív megnyilvánulásai

– Ki öli az AI az esportból az embert?

A mesterséges intelligencia bevezetésének gyakorlati lépései

– A mesterséges érzelmi intelligencia realitása.

– Az ügyfélpromótlás művészete

– Az MI jogi vonzatai

– Ki a szerző ha a gép írja?

– Üzleti adatokból emberi válaszok

KI köti össze a MI tool-jait az értékláncban?

A mesterséges intelligencia találkozása az felsőoktatás rémségeivel

Regisztráció itt!

Nyomtatóbarát PDF program

A Fekete hattyú éji dala

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

Fellép: Vegas Showband • Disco by Apa és Lánya! (Avagy Sternbinszky csal a színpadon :-)) – Éjfélkor pedig az elmaradhatatlan Tunki Party. Pörkölt, fehér kenyér és savanya

Versenysben a résztliért Kié lesz a piacterünk?



INTERNET HUNGARY
2025. október 7–8.
SIÓFOK, HOTEL AZÚR

2025. október 8., szerda

Reggeli ébresztő!

- Egy dologban lehetsz biztos. Csak az nem igaz, amit látsz, de minden más elképzelhető!
- A kételkedés művészete

- Felkészülés a felkészülhetetlenre...
- Furcsa jószág a lelkünk.
- A dolgok valós természete.

Regisztráció itt!

Nyomtatóbarát PDF program

Human Hungary

Embervezetés – Befolyásolás és terelés
Digitális stratégiák

– Fiatalon lettek cégvezetők

– Párna alatt vagy kriptóban? Z-generációk gondolatai a pénzről

– Tényleg készek a cégek vezetésére?

– Z-generációs sztárok menedzselése

– Munkahelyi hamis próféták

– Amikor a robot lesz a főnököd

– Közösségekben a boldogsággal

– A jóllét ára: Hogyan mérjük amunkahelyi boldogságot?

Car Hungary Versus

– Benzin versus elektromos autók

– Új versus használt autók kereskedése és piaca

– Autó márká vs. kereskedők márkája

– Nagyértékű vásárlás vagy hétköznapi döntések

– Kínai versus tradicionális márkák

– 2026 a számok tükrében

– Saját autó versus carsharing

– Autópiac 2026-2030

A mesterséges intelligencia a versenypiac hétköznapijaiban

– Gondolatkísérlet: MI történhet ha egy értékesítési lánc minden egyes láncszemét MI tools-szal helyettesítjük, majd az egészt végül összekötjük?

– A későn ébredésből származó károk számolása

– A machine economy virágzása, és elmúlásának kérdésköre

– Te már készen állsz az MI-ra?

– AI asszisztensek a mindennapokban: hogyan fogjunk neki, és miben segíthetnek?

– Üzleti tervezés az MI támogatásával.

– Milyen társadalmi hatások várhatóak az MI túlsúlyos világban?

– Az MI cégbeli bevezetésének gyakorlati kérdései (ez Workshop)

Digitális stratégiák az MI bevetésével Az embertelen marketing

– Mennyire számíthat az embereknek, hogy az AI által generált, vagy valós influencer beszél hozzájuk?

– Az MI és a márkanyelv-felismerhető ha géppel írják?

– Így írunk MI?
„AI-copywriting: AI de jó, vagy AI jaj?”

– MI-vel írt hirdetések realitása

– Kép és videó generálás MI segítségével

– A Lokális média el tud menni hiperlokációba az MI segítségével?

– Célcsoport építés 2.0 MI-vel

– Mennyire kreatív az MI?

– Marketing stratégia a mesterséges intelligenciával

– Milyen lesz a jövő AI-Proof marketing szakembere?

– Kinek lesz hűséges a gép? Az adathoz, vagy a gazdájához?

A digitális hirdetések jövője

– Mire lesz elég az adat?

– Performance max: hol lesz a hirdető szerepe? (nem annyira fantazmagórikus, de inkább reális a kérdés)

– Miért nem lehet a kampány rendszerben gyenge láncszemet hagyni? Teszteld a célodat is!

– Hogyan értékeljük a kampányok hatékonyságát?

– SEO, AIO, SGE: tegyük rendet a keresők és az AI-k modern világában

– A kreatív automatizált tesztelés

– Analitika újratöltve: mit lát az MI, amit mi nem?

– Valóban jobban célsoz az MI?

– Mire elég a magyar adat, nem marad belőle csak füst, meg emlék.

DigitalHungary

PÉLDAKÉP DÍJ 2025

INTERNET HUNGARY 25!
Versenysben a résztliért
Kié lesz a piacterünk?

**LÉGY TE
A JÖVŐ
MÁRKÁ
KREÁTORAI!**

Pályázz
az Internet Hungary
MI-KÉP pályázatra!
Hat szó. Egy kép!
A fődíj 300 ezer forint!

2025. október 7–8.
Siófok, Hotel Azúr

PÉLDAKÉP DÍJ 2025

A cégvezetés kategória jelöltjei:



Heger István
Gránit Bank



Reiszt József
Ingatlan.com



Kiss Katalin
MAM-Hungária



Ádám Attila
Reflexshop



Óri György
Model és Hobby Kft.



Szegedesi József
Portfolio

A marketing kategória jelöltjei:



Kovács András Péter
Artificial Group



Mészáros Ádám
Coca-Cola



Szabó Béla
Telekom



Földesi Veronika
MPM&S



Gáspár Bence
OTP Bank



Hives Beáta
Neut3

A PR kategória jelöltjei:

Szavazz!

Sponsored by
CIB BANK
Provident