



2019. október 1. kedd

10.00–10.15 Megnyitó	<b>Megnyitó</b> Előadó: <b>Aranyosné dr. Börcs Janka</b> (NMHH)	11.45–12.00 Előadás	<b>Gondolat kísérlet: Mi történne, ha a Homo Consumer felelős gondolkodóvá válna? Ha a túlfogyasztás helyébe a józan önmérséklet lépne? Ha a környezettudatosság, a fenntartható fejlődés iránti igény vírusszerűen elterjedne?</b> Előadó: <b>Nagy Tamás</b> (PHD)
10.15–10.25 Előadás	<b>20-szor köszönöm</b> Előadó: <b>Csermely Ákos</b>	12.00–12.15 Előadás	<b>Aranyhalak a halászlében.</b> Nincs iparág jelentős változások nélkül. Merjük bevalani, élére állni és hosszú távon gondolkodni, vagy maradjunk a régi jól bevált rutinnál és ma este még bulizzunk! De vigyázzunk! Az új környezet igényeire nem lehet a régi korok eszközeivel válaszolni piacvezetőként sem! Lássunk egy konkrét példát! Előadó: <b>Szlávik Péter</b> (Philip Morris)
10.25–10.40 Előadás	<b>Ne játssz az életeddel.</b> Előadó: <b>Amanda Nelson</b> (Vodafone Magyarország, CEO) és <b>Csató Gábor</b> (Országos Mentőszolgálat, főigazgató)	12.15–12.30 Előadás	<b>Elképzelünk egy szép jövőt, és kitaláltuk az odavezető utat.</b> A szakmát önértékelési és morális kérdések feszegetik. Az ügynökségi oldal egyre kiszolgáltatottabbnak érzi magát a projektalapú megbízások és pool működés gerjesztette versenyspirálban. A marketing technológia előretörése aláássa a kreativitásba és hosszú távú gondolkodásba vetett hitet. Még soha nem volt ennyire nehéz a tehetségek bevonása és megtartása. Mit csináltunk? Százharmincad magunkkal, szakmai segítség mellett, megfogalmaztuk magunknak azt a jövőképet, amiben szívesen dolgoznánk húsz év múlva. A víziókat lefordítottuk cselekvési tervre, és belekezdünk a megvalósításába. És – hogy ez másoknak is érdekes legyen – a vízióból inspirálódva írtunk egy sci-fi novellát. („Mi legyen a szakma válasza?” – Moderált, kis csoportos gondolkodás az alábbi kérdések mentén 16.00 órakor a workshop teremben.) Előadó: <b>Gulyás János</b> (Wavemaker)
10.40–10.50 Színház	<b>Homo Ludens: a játék maga a csoda.</b> Versenyünk, versenyzetünk, szimulálunk, kísérletezünk, valószínűsítünk, eljártsszuk, takarunk és terelünk. Társasozunk, interakcióba lépünk, győzünk és időnként lemaradunk. Sírva-nevetve játszunk az életünket. Előadó: <b>Litkai Gergely</b>	12.30–13.20 Fórum	<b>Fejlesztések és tévhitek:</b> sült galambot még senki sem látott repülni. Miért keressük rosszul az internet növekedési potenciálját? Merre halad a fogyasztói társadalom? Bejönnek-e az előrejelzések? Meddig érdemes ragaszkodnunk fejlődéseinkhez? Hogyan szabaduljunk meg a tévhitektől? Ma már a világ nem lineárisan halad előre; mikor és miért érdemes internetben gondolkodni? Hogyan vegyük figyelembe a vásárlóink, fogyasztóink elvárásait? 10 éve volt az utolsó válság... de ma újra lassul a gazdaság, bajos árnyak jelentek meg. Vajon még meddig élvezhetjük a fogyasztói társadalom szinte magától értetődően növekvő bevételi számait? Lassan át kellene gondolnunk, hogy egy lassuló válságban mi ad nagyobb életben maradási lehetőséget: az árféltis vagy a reputáció/brand? Mi lesz, ha belassul a fogyasztói társadalom? Résztvevők: <b>Szlávik Péter</b> (Philip Morris), <b>Kölkedi Krisztián</b> (NKFIH), <b>Kovács Balázs</b> (Danubius), <b>Gulyás János</b> (Wavemaker), <b>Orosz András</b> (MOL), <b>Bognár Vera</b> (Nestlé), <b>Török Szabolcs</b> (Magyar Posta) Vezeti: <b>Domokos Szilárd</b>
10.50–11.15 Előadás	<b>Az 5G tétje.</b> Gyorsabban. Pontosabban. Megbízhatóbban. Az 1-2-3-4G az egyre nagyobb sebességről szólt. Az 5G ebben az értelemben az igazi második generáció: itt megy át a mennyiség új minőségbe. Ez már egy más világ. Mindent megváltoztat. Még a Te piacodat is. Kinek lesz igazán jó az 5G? Előadó: <b>Kis Gergely</b> (eNet)		
11.15–11.30 Előadás	<b>Fel lehet-e készülni a diszrupcióra?</b> Hogyan vezesd a céged a digitális transzformáció korában? A befulladt üzleteket sokszor azzal magyarázzák, „Az üzlet még nem volt rá elég érett” vagy „A világ még nem volt elég érett erre az ötletre”. Csakhogy az üzlet és a világ sohasem elég érett – nekünk kell azzá tenni. Előadó: <b>Kelly Huang</b> (USA)		
11.30–11.45 Előadás	<b>Future Hungary – Milyen lesz a piacod holnap?</b> Rövidülő hosszú távú tervek. Észreveszed a változásokat, amelyek már ma zajlanak? A fogyasztót nem érdekli, hogy honnan vásárol. Lassan leomlanak a nyelvi korlátok is, így egyre gyakrabban „téved” globális szereplőhöz, és egyre nagyobb mennyiségű pénz hagyja el a magyar gazdaságot. Kimegy a termék ára, plusz a hozzá tartozó kommunikációs, médiás és – most már – szállítmányozási költségek is. Mindez már rövid távon is kihat saját piacunkra. Ennek ismeretében hogyan akarod növelni a piacod? Lépj egy lépést hátra, és tekintsd a jövődre 3 lépés távolságból! Légy kreatív, ne a régi piacok eszközeit variáld – az nem megoldás. Előadó: <b>Pogácsa Zoltán</b>		

A programelőzetes a 2019. szeptember 27-i állapotot tükrözi, de folyamatosan fejlődik.  
Kérjük, kísérje figyelemmel a [www.internethungary.com](http://www.internethungary.com) weblapon!  
A konferencia szervezői a program változtatásának jogát fenntartják!

**Kék terem****A játékos embertől a mesterséges intelligenciáig**

Vezeti: **Szűcs Gergely**  
**A terem támogatója a life.hu**

Elméleti és gyakorlati kérdések a játékosságról, az intelligenciáról, az intuícióról, az üzletről, a stratégiáról és a taktikáról, valamint a mesterséges intelligenciáról.

13.25–13.55

Előadás

**Az intelligencia logikus játéka és a huncut oldala. Mi nem egyenlő a tudatal?** Az emberi világban leggyőző sakk- és gó programoknak fogalmuk sincs arról, hogy mi az a sakk vagy gó. Nem azért sakkoznak vagy góznak, mert ehhez van kedvük, ezt szeretik vagy ez a munkájuk, hanem azért, mert mást nem tudnak csinálni, még enni vagy aludni sem. Gépek, és csakis gépek, akár csak egy autó vagy egy eszterga. Mégis, jelentős hatásuk lesz nemcsak az emberek munkatevékenységére, hanem a gondolkodására is. Új szintre fogják emelni a kompromisszumkeresés és a kooperáció lehetőségeit.

Előadó:

**Mérő László****Citrom terem****Szenvedélyek hálójában: az érzelmekre ható játékok**

Vezeti: **Szily Nóra**  
**A terem támogatója a Google**

10.45–11.05

Színház

**Csupa fény és csillogás. Az illúziók birodalma. Showműsor a az illúzióról.**

Előadó:

**Nagy Molnár Dávid** (Illuzionista)

11.05–11.25

Előadás

**Lelkek csókja. Az élmény lekövethetősége.** A piaci verseny kényszerítő, a gyorsulása kihát a megélhetőség minőségére. Meddig gyorsulhatunk? Meddig marad „lekövethető”? Meddig fogja a fogyasztó/vásárló tolerálni és alávetni magát gyorsító szándékunknak? Gondolatok az élménytársadalom margójára.

Előadó:

**Aczél Petra** (Corvinus)**Narancs terem****Commerce Hungaricum. Versenyben a világgal: mit ér a lokális termék a globális piacon?**

Vezeti: **Kis Bernadett**

10.40–10.55

Előadás

**A vásárlóink világgá mennek!** Ez a vásárlók szabadsága! 2018-ban 40% volt a magyarok által külföldön online vásárolt áruk aránya. 2019-ben vajon meddig nőhet, ha a termésmozgás növekedésén kívül még a Google Shopping is hozzájön?

Gondolkozz! Mit tudsz tenni, hogy fogyasztóid NE külföldről vásároljanak?

Előadó:

**Starcz Ákos**

10.55–11.15

Előadás

**Kihívók közel és távol.**

A magyar vállalkozások digitális felkészültsége egyes képet mutat. Van hova nőni, de ez megugorható. Ugyanakkor a globális világ egyre könnyebbé teszi azt, hogy a magyarok külföldről vásároljanak.

És ezt a nemzetközi kereskedők ki is használják. Mit tegyen a magyar vállalkozás, hogy versenyben tudjon maradni a lokális/regiónális/globális piacon?

Előadó:

**Bíró Pál** (Google)**Lila terem****Mestersége: reklámember. Ügyfelek és ügynökségek nyomás alatt. Kiszervezés, beszerzés és diszruptív technológia.**

Vezeti: **Rózsa Iván**

**A terem támogatója a Danubius Hotels**

10.45–11.00

Előadás

**A médiaügynökségek elmúlt 20 éve digitális szempontból:**

Áldás, vagy átok a marketing automatizáció? **Próbálkozás egy ellentmondás feloldására:** kevés a munkaerő; de jó, hogy van az automatizáció! Vagy mégsem?

Előadó:

**Mező László** (MediaCom)

11.00–11.15

Előadás

**A hirdetéseszköz-arszenál kezelésének művészete, avagy a szakmánk túl bonyolulttá vált.** A digitális hirdetési eszközök dominanciája a marketing és értékesítési láncolatban. Mely eszköz kit és hogyan ér el?

Előadó:

**Szabó Edit** (Kider App)

11.15–11.30

Előadás

**Munka-üzlet-mesterség. Szakember, üzletember, bróker szakma, mesterség.** Egy szakma átalakulásának anatómiája. Nincs új szó a mondatban: A természetes intelligencia és a tapasztalaton alapuló mesterség

**Fehér terem****Tudod, kivel szórakozz?! Mentális környezetvédelem a tartalompiacra.**

Vezeti: **Köszegi András**

**A terem támogatója az atmedia**

10.45–11.00

Előadás

**Ne égesd az időm! Ne égesd mások idejét! A médiatartalom környezetvédelme. Ne szemtelj más mentális környezetébe!**

Előadó:

**Réz Anna**

11.00–11.15

Előadás

**Az indikátor mértékegység: a forint. A médiaforgyaszto szabadsága és a pénz igazsága.** Az szórakoztathat, akinek a tartalmát megveszik. Neked ki a kontrollod? A pénz indukáló és kíméletlen igaza.

Előadó:

**Maróy Krisztina** (RAS)

11.15–11.30

Előadás

**A tartalmak eladhatósága.** Pénzt adni, közvetlenül a tartalomért. Text, video, audio. De kire is számíthatunk? Magyarország tartalomfizetési potenciálja.

Előadó:

**Incze Kinga** (Whitereport)**Zöld terem****Médiainnováció Az audiovizuális média innovációja, reklám, előfizetés és egyéb bevételi források.**

Vezeti: **Jaksity Kata**

10.30–10.45

Előadás

**„Ha valamit nem tudsz megakadályozni, állj az élelre!”** – mondta Charles de Gaulle.

Belegondoltunk már abba, hogy az 5G bevezetése és elterjedése milyen piacátformáló hatással bír majd a kereskedelemre, a média- és a kommunikációs világra?

Nézzünk szembe a valósággal! És ne csak egy-egy szereplőt pl. a globálisokat pécczünk ki, és tegyük meg gondjaink okozójává!

Előadó:

**Horváth László** (USA)

10.45–11.00

Előadás

**Első lépések az OTT felé: Kinek, hogyan és mikor érdemes belevágnia az OTT üzletbe?** Mik az OTT belépés első lépései? Kinek lehet érdekes? Hogyan vágjunk bele?

OTT iparág felfutása – egyre vonzóbb piaci lehetőségek – lépéskényszer – ki vágjon bele? – mik a lépések? – hol van Best Practice?

Előadó:

**Szöke-Tasi Zoltán** (New Wave Media)**Piros terem****Data Hungary – A Dataizmus kora. I. rész. Alapozás.**

Vezeti: **Tuza Norbert**

12.30–13.00

Előadás

Adatalapok:

**Adatok fogalmi.** A vezető előadás kifejezetten a marketingkommunikáció, a sales/kereskedelem és HR.

**Ki mit csinál?** Mit csinál az adatbányász, az adatelemző, és az adattudós? Létezik-e piacorientált adatkezelő is?

**Kit keress tanácsadónak?** A tanácsadók kiválasztásának szempontjai. Mit kell kérdezned, fejleszteni? Mit adj ki, és mit tarts meg házon belül?

Előadó:

**Nagy Barnabás**

13.05–13.20

Előadás

**Venni, vagy nem venni.** Adattulajdonlás vagy -szolgáltatás igénybevétele mérlegelése.

Előadó:

**Bánki Márton**

**Kék terem**

13.55–14.15

Előadás

**Humán kapcsolati játékok.**

Az emberek furfangoskodnak, játszanak, taktikáznak egymással. A játék néha túl komolyra vált.

Előadó:

**Kozma-Vízkeleti Dániel**

14.15–14.45

Előadás

**Mesterséges intelligencia és az intuíció.**

Mi az, ami az embert emberré teszi a mesterséges intelligenciához viszonyítva? Érzésem szerint az intuíció. A mesterséges intelligencia NEM tudatos. A tudat magasabb szintjei felé haladunk.

- A mesterséges intelligencia az emberi folyamatok – például a tanulás, az érvelés és az önjavítás – szimulációja.

- A tudat a létezés állapota, a tudatosság állapota.

Előadó:

**John Purkiss**

14.45–15.00

Z generációs előadás

**Kreatív mesterséges intelligencia**

Előadó:

**Szigeti Ferenc** (egyetemi hallgató, az OTDK program tagja Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gépészmérnöki Kar)

**Citrom terem**

11.25–11.40

Előadás

**Itt a piros, hol a piros? Érzékszerveink játszanak velünk.**

Hogyan lehet az ember érzékszerveire úgy hatni, hogy érzelmi reakciói nagy pontossággal kiszámíthatóak legyenek? Milyen szimulációs gyakorlatok lehetnek, hogy felmérjük, mikor mire hogyan fog reagálni?

Előadó:

**Becker György**

11.40–11.55

Előadás

**Unalom és Élmény.** Testvérek háborúja, pedig nincsenek meg egymás nélkül. Vigyázz! Az unalom a gyűlölet melegágya. Ne játssz vele!

Előadó:

**Bánhidi Brigitta**

11.55–12.10

Előadás

**Tanuld meg az élményadás művészetét!**

Előadó:

**Benkő Vilmos**

12.15–12.30

Előadás

**Az ismerőség bizalmat gerjeszt.**

Mi is az az UX/UI és miért itt mondjuk el. Előzetes előadás másnapi **Service design** szekcióhoz

Előadó:

**Pataky Vince** (Dot)**Narancs terem**

11.15–11.30

Előadás

**Hogyan versenyezhet egy magyar márka a globális versenytársakkal?**

Előadó:

**Bálint Dániel** (KPMG)

11.30–11.45

Előadás

**A proaktív vs. reaktív árazás.** Stratégiai és taktikai kérdések az árazásokról. Vajon legolcsóbbnak lenni a piacon olcsó trükk vagy üzleti stratégia?

Előadó:

**Kovaliczky Tamás** (Virgo)

11.45–12.20

Fórum

**Miért fontosabb a brand az árnál? Menj szembe az ármérszárlással!** A 100%-os árkedvezmény és társai. A végletek beszélgetése két felvonásban:

**I. felvonás – Az árfétis Brand-ár-konverzió.**

Csupán az árral különböztetted meg magad a versenytársaktól?

De hogyan kapcsolható össze az ár és az élmény? Adj teret a márkának, az élménynek és a szeretetnek!

**II. felvonás: Brand vs konverzió.** Lassan 7-8 éve folyamatosan nő a kereslet. Megszoktuk, hogy évről-évre szinte magától emelkednek a számaink.

**De mi van, ha most vagyunk a csúcson, csak még nem tudjuk?** Mi lenne, ha brutálisan visszaesne a fogyasztás? Mire támaszkodhatsz, ha nem keresnek rá a termékedre?

**Lila terem**

megjelenése az adatvezérelt kommunikációs világban. Jogok, felelősségek, lehetőségek és a siker régi-új összetevői és kritériumai. Egyedi eszközök, rendszerek és kommunikációs csatornák.

**Hol marad hely a klasszikus üzletelésnek?**

Előadó:

**Vernyik Imre**

11.30–11.45

Előadás

**Hogyan veszítsünk el egy ügynökséget 10 nap alatt?**

– Mit ne csináljunk egy ügynökség – ügyfél kapcsolatban, és mit igen?

Előadó:

**Juhász Péter Tibor** (Borsodi)

11.45–12.00

Előadás

**Miért a Chief Digital Officer az ügyfélélmény kulcsa?**

Egyre több nagy cég megszünteti a marketingigazgatói pozíciót (CMO), és a boardba olyan felsővezetőket nevez ki, mint Chief Experience Office vagy Chief Growth Officer.

Előadó:

**Arany János** (Isobar)

12.00–12.15

Előadás

**Stratégiai együttműködésben Európa legkreatívabb OTC kampányáig.**

Előadó:

**Szabó Orsolya**

(Progressive Reklámügynökség),  
**Krassovics Miklós** (Richter Gedeon)

**Fehér terem**

11.30–11.45

Előadás

**Mire adom a szabadidőm? Olvasni, hallgatni, nézni és átélni. A figyelemlelkítő eszközök és tartalmak.**

A szórakoztató tartalom hordozóinak vizsgálata. Vetélkedők, versenyek, sport...

Event, rádió, tévé, online, könyv, újság és az új típusú szórakoztató eszközök: influencer, podcast... Exkluzív kutatás.

Előadó:

**Kurucz Imre** (NRC)

11.45–11.55

Előadás

**Tartalmak nemei.** Női és férfi médiafogyasztási szokások az egészség témakörben.

Előadó:

**Simon Izabella**

(egészségkalauz.hu)

11.55–12.05

Előadás

**Mit nevezhetünk a tartalom minőségének a content marketigben?**

Amire konverzió van, vagy ami a „szépségnek” felel meg, de az nem biztos hogy azonnal hat?

Előadó:

**Szesztay Péter**

(Bpdigital)

**Zöld terem**

11.00–11.15

Előadás

**Az OTT bevételzszerzésének irányai. Előfizetés vs reklám és azok egymásra hatása.**

Mit jelent az AVOD-SVOD-TVOD, és milyen reklámkezelési lehetőségek léteznek? A time shifttől a dinamikus megoldásokig.

Előadó

**Schneider Henrik**

(Vodafone)

11.20–11.35

Előadás

**Ők írják a játékszabályokat. – Az Y és Z generációk igényei formálják az OTT piacát.**

A médiafogyasztási mintázatok változásainak szempontjából jelenleg az Y és Z generációs fiatalokat tekintjük „trendsetter nemzedékeknek”. Az OTT-vel kapcsolatos költségek jelentős részét a fiatal korosztályok generálják. Mit tudunk róluk? Milyen igényeik vannak?

Előadó:

**Bereczki Enikő**, generációs és ifjúsági szakértő

11.35–11.45

Előadás

**Nem csak nézzük, hanem...**

A TV melletti második képernyő használata már itthon sem új jelenség. De vajon mit csinálunk azon a bizonyos második képernyőn? 2nd screen evolúció a friss kutatási eredmények alapján.

Előadó:

**Zsigri Anikó** (Dentsu Aegis)**Piros terem**

13.20–13.40

Előadás

**Adatstratégia személyre szabva**

Hogyan alakítsuk ki a saját adatstratégiánkat? Mint sok egyéb esetben, az adatokban rejlő üzleti lehetőségek kiaknázásához is elengedhetetlen, hogy felismerjük mire van valójában szükségünk és annak megfelelően tervezzük és valósítsuk meg a fejlesztéseket. Hogyan tegyük mindezt és, hogyan briefeljük az IT-t vagy valaszunk beszállítókat.

Előadó:

**Varga Péter Dávid**

13.45–14.00

Előadás

**Hol állok az adatvezéreltség érettségi fokán?**

Biztos, hogy felhasználom az összes rendelkezésre álló adatot? Milyen roadmap és lépések állhatnak egy szervezet előtt, ha tovább szeretne fejlődni az adatok felhasználásában?

Előadó:

**Valu Róbert** (Google)



**Kék terem**

15.05–15.20

Előadás

**A bizonyosság és esetlegesség algoritmusai.** A mesterséges intelligencia gyakorlati kérdései: mennyire bízhatunk meg az algoritmusokban, és mennyiben meghatározó, hogy hogyan implementáljuk őket? Megérthetjük-e az „intelligens” algoritmusokat működés közben, képesek-e a gépek jelenleg emberi beavatkozás nélkül tanulni?

Előadó: **Szabó Gábor** (USA MI mérnök, korábban Tesla, Lyft, és Twitter)

15.25–15.40

Előadás

**A mesterséges intelligencia humanizált munkaköve.**

Előadó:

**Bortnyák Adorján** (Geomant)

15.40–16.10

Előadás

**Az emberi intelligencia bővítése az IoT adatokból kivont ismeretekkel.**

Előadó:

**Mehrdad Negahban** (USA)

**Citrom terem**

12.30–12.45

Előadás

**Játék a félelemmel.**

Előadó:

**Al Ghaoui Hesna**

12.45–13.15

Előadás

**Az intuíció lesz a siker kulcsa.**

Szenvedélyes megérzések.

- Az elme az ösztönön, az értelmén és az intuíción keresztül működik.

- Ösztön: az agy tudattalanul dönt a negatív emlékek alapján.

- Értelem: mechanikus gondolkodás, hasonlóan egy számítógéphez (A mesterséges intelligencia ezt helyettesíteni fogja).

- Intuíció: „azonnali betekintés érvelés nélkül”, hirtelen ráébredsz, hogy mi a helyes.

- Gyakorlatok az intuíció felszabadításához és az intuitív életvitelhez.

Előadó:

**John Purkiss**

**Narancs terem**

Résztevők:

**Carra Anita** (Vodafone),

**Rózsa Iván,**

**Várkonyi Balázs**

(ExtremDigital),

**Szomolányi Márk** (Auchan)

Vezeti:

**Barnóth Zoltán** (GroupM)

12.20–12.35

Eset-

tanulmány

**Laza, egyszerű és könnyed.** A márka tartalma mutassa az élményt! **Adj élményt és/vagy egyszerű-filozófiát?**

Előadó:

**Janositz Johanna** (Ecipő),

12.35–12.50

Előadás

**Élénkítsd a forgalmad: teremts magadnak ünnepet!**

A Hallmark, az American Express, az Alibaba és sokan mások azok közé tartoznak, akik nem csak meglovagolják az ünnepi hullámokat, hanem kisajátítanak maguknak egy-egy napot, és rekordforgalmat generálnak. Hogyan csinálják? Hogyan lehet akár 30 milliárd dollárt(!) forgalmazni egy nap alatt?

Előadó:

**Dunder Krisztián**

(Growww Digital)

**Lila terem**

12.15–12.30

Előadás

**Az egyik kockás, a másik lila.**

A kreatív munkatárs két irányból érkezhét. Gondolat kísérlet egy régi-új mesterség, a reklámmember megvitatása előtt.

Előadó:

**Varga-Hering Zsuzsa** (Telenor)

12.30–12.45

Előadás

**Hogyan inspiráljunk kreatív csapatot adatokkal?**

Gyakorlati tanácsok Visszatérő téma, hogy a kreativitásnak, és az adat alapú gondolkodásnak kéz a kézben kell járnia, mégis kevés igazán jó példát látunk ennek megvalósulására. Hogyan egyeztethető össze a kreatívok és adatelemzők gondolkodása, eszközkészlete? A folyamatok mely pontján és milyen kompetenciára lenne szükség? Hogyan változik meg a klasszikus brief felépítése, folyamata? Ezek mentén gondolkodva tekintenénk át néhány együttműködési példát.

Előadó:

**Kecskés Viktória** (Geometry)

12.45–13.20

Fórum

**Mad man vs Math man.** Tudomány és művészet? Marketing Science vagy arte? Miből tudsz jobban olvasni? A megérzésből, vagy a grafikonból?

**Fehér terem**

12.05–12.40

Fórum

**Ne legyünk már (ál)prúdek! Az eladható tartalom az, amit meg is vesz a tartalomfogyasztó!** Vajon egy sales house, egy tartalmat értékesítő szakember miért ne szólhatna bele a tartalom tartalmába, hogy mit tudna eladni? Ő tudja, mit tud értékesíteni. A tartalomgyártó mestersége pedig az, hogy minőségi szintre emelje az értékesíthető szerint eladhatóvá vált árut, azaz a tartalmat. Mint azt a szép könyvet, ami bestselleré vált. Ettől lesz mint két szereplő munkája, szakma majd mesterség. Minőség, szellemiség megélhetésre boldogságra váltva.

Bulvár, vetélkedők, játékok és egyéb tartalmak.

Résztevők:

**Csikész Erika** (TV2),

**Hota-Falus Viktória**

(Nestlé),

**Lengyel Zoltán**

(SberBank),

**Maróy Krisztina** (RAS),

**Sopov István**

(Adaptive Media)

Vezeti:

**Pajor Attila**

és **Jobbágy Tamás**

**Zöld terem**

11.45–12.00

Előadás

**Megszoksz, vagy megszöksz?** Kár tagadni, az OTT szolgáltatások ma már van, hogy magasabb szintű felhasználói élményeket nyújthatnak, mint a hagyományos lineáris televíziózás. A gyakran magasabb képi minőség mellett ott van a még nagyobb rugalmasság, a nagyobb kontroll. Az OTT gyakran pénzügyileg is kedvezőbb megoldásokat kínálhat, hiszen ellentétben a lineáris TV-vel, nem kell külön díjakat fizetni a VOD vagy streaming szolgáltatásokért. Hogyan lehet kombinálni az OTT megoldásokat a hagyományos, lineáris televíziózással? Egyáltalán ez a jó irány? Mi lehet a lineáris TV jövője az OTT térhódításával párhuzamosan?

Előadó:

**Maja Porczynska** (Viacom)

12.00–12.15

Előadás

**Mi lesz az OTT sorsa az OTT előretörésével?** Elinult az aprózódás, mindenki indít saját platformot, saját fizetési megoldással (Netflix, Hulu, Disney, Apple TV, RTL Most, HBO GO stb.). Hosszabb távon hogyan akarnak a fogyasztók 5-10 előfizetést menedzselni, mi lehet majd ebből a kiút?

Előadó:

**Takács Zoltán**

**Piros terem**

14.05–14.20

Előadás

**Adatvizualizáció az új adat.** Az adataink beszélnek hozzánk. Kevesen szoktunk odafigyelni rájuk, pedig nagyon fontos dolgokat szeretnének mondani. Mit csináltál jól, mit rosszul, milyen trendek, minták, kiugró értékek bujkálnak a kimutatásaidban? Ahhoz, hogy a felhalmozott adatainkból információ, az információból insight, az insightból döntés legyen, érthetően és átláthatóan kell megjelenítenünk azokat. Egy roszszul ábrázolt grafikon, egy zsúfolt diagram elég ahhoz, hogy elveszünk adataink labirintusában. Az előadáson bemutatom az ajánlott irányelveket és a gyakorlatban használt praktikákat, amelyekkel könnyebbé tehetjük adataink kibogozását.

Előadó:

**Korpa Krisztián** (HD Marketing)

14.25–14.40

Előadás

**Adatvagyonok:** az adatvagyon értékének meghatározása, vizsgálatának szempontjai.

Előadó:

**Erőss Csaba** (CafeCommunication)

**Kék terem**

16.10–16.25

Z generációs előadás

**A mesterséges intelligencia szabályozási kérdései, különös tekintettel a robotikára.**

Előadó:

**Gaszt Csaba** Egyetemi hallgató, Az OTDK program tagja: Károli Gáspár Református Egyetem

16.25–16.50

Előadás

**Az intelligens média és a mesterséges intelligencia:** The view from the newsroom. Hogyan foglalkozik a média az automatizálással, a gépi tanulással és a mesterséges intelligenciával? Egyedülálló pozíciótól fogva a világ legnagyobb hírcsatornáinál megmagyarázhatom, milyen szempontok a leginkább érdekeltek a médiában az automatizálás, a gépi tanulás és a mesterséges intelligencia tekintetében. Hogy miért van nagy különbség a történetek között, amelyeket a vállalatok szeretnének elmondani, és amit szerkesztők szeretnének. Az előadás hallgatói konkrét betekintést kapnak arról, hogyan lehet a legjobban elmondani a történeteiket és globális közönséget bevonni.

Előadó:

**Guy Shone**  
(Nagy-Britannia)

**Citrom terem**

13.15–13.30

Előadás

**A fiatalokkal mindig csak a gond van.** Így van ez már több ezer éve. Generációk és sztereotípiák. Az attitűdök nem korosztályfüggők!

**Generációk függősége.**

Előadó:

**Nemes Orsolya**

13.30–13.45

Előadás

**Miért játszunk?** Nemre, fajra hovatarozásra való tekintet nélkül – mindenki játszik.

Előadó:

**Demetrovics Zsolt**

13.45–14.00

Előadás

**A vágy (elő)játéka.** A vágy amely még a félelmet is képes leküzdeni.

Előadó:

**Tari Annamária**

14.00–14.15

Előadás

**Szenvedélyek tétje.** Az embert az ösztönök hajtják születése óta. De nem így a szenvedély! Senki nem születik szenvedélyesnek... A szenvedélynek tétje van.

Előadó:

**Pintér Márk**  
(Pókerjátékos)

**Narancs terem**

12.50–13.05

Előadás

**Ez az ősz más, mint a többi, ezt te is jól tudod. Retail Holiday Season.** Hogyan készülünk a Black Friday-ekre és a karácsonyi szezonra 2019-ben? Mit kell tudni a Shopping Ads-ről, és miért nem vagy még elkésve? Praktikus tanácsok a tűz közeléből.

Előadó:

**Vadász Illés** (Google)

13.05–13.15

Előadás

**Black Friday – Optimalizálás az ügyfélélményre.**

Előadó:

**Szták András** (eMAG)

13.15–13.30

Előadás

**A jövő online vásárlási szokásai:** így forgathatja fel a social commerce az e-kereskedelmet.

Előadó:

**Mezei Alexandra**  
(Growww Digital)

13.35–13.50

Eset-tanulmányok

**One man show és One man márkák. Brandjük a szívük. Szeretetet adnak és kapnak.** Ettől olyan, amilyen az üzletük.

**Szakállasember:**

**Almássi Ferenc**

**Lila terem**

Résztevők:

**Flesch Tamás**

(Szálloda Szövetség),

**Baráth Péter** (Vodafone),

**Pöcze Balázs** (Mito),

atmedia képviselője,

**Spielmann Katalin**

(Johnson and Johnson)

Vezeti:

**Kerti Attila**

13.20–13.55

Kibeszélő

**Lehet-e a marketingművészet tudományos alapon művelni?** A marketing művészi oldalát kiértjük az adattudománnyal? Mi alapján döntünk: ügynökséggel, vagy nélküle?

Résztevők:

**Bánki Attila** (Vermis),

**Lunczner Ádám**

(Mindshare),

**Jenes Barbara**

(Geometry Group),

**Juhász Péter Tibor**

(Borsodi),

**Tóth-Császár Gergely**

(RAS),

**Takács Bori** (UM)

Vezeti:

**Barnóth Zoltán** (GroupM)

**Digitális hirdetési eszközök.**

**Fétisek igazsága.**

Házigazda: **Szabó Ákos**

14.00–14.15

Előadás

**Amikor az ész akar győzedelmeskedni az érzelmek és megérzések felett!** A túlkutatás veszélyei.

Előadó:

**Lengyel Zoltán** (Sberbank)

**Fehér terem**

**Új típusú média. Kihez szoltok? Miért most értek meg a piacra?**

**Bevételi oldal: hirdetési és előfizetési potenciálok.**

12.40–12.55

Előadás

**Hogyan lesz Magyarországon második audió aranykor?**

A podcast

Előadó:

**Román Balázs**

12.55–13.10

Előadás

**TV vs. internet** – „A kedvenc youtuberem az egyik cimborám” – idézetek a legfrissebb YouTube-os kutatásból.

Előadó:

**Pintér Róbert** (4Kids)

13.10–13.25

Előadás

**Paywall stratégiák** – a digitális tartalom monetizálása.

A világban és most már Magyarországon is egyre több médiavállalat indult el a paywall bevezetésének irányába. Mi az, ami működik a világban? Mi működhet Magyarországon? Útkeresés a kiszámíthatatlan hazai környezetben.

Előadó:

**Szauer Tamás** (HVG)

A blokkot opponálja:

**Pohly Ferenc**

13.25–13.40

Előadás

**A játék megjelenése a szórakoztatóiparban.**

A szerencsejáték.

Előadó:

**Székely Levente** és  
**Szentmihályi Gergely**  
(Szerencsejáték)

**Zöld terem**

12.15–12.35

Beszélgetés

**Válassz a célnodnak megfelelően!** Hasonlóságok és különbségek az OTT és lineáris televíziós tartalomterjesztés disztribúció piacán Míg a lineáris TV esetében a demográfia, a lokáció, a nézettség meg mindig inkább becsléseken alapul, addig az OTT minden korábbinál részletesebb információkat ad ezekről. Vajon hogyan alakítja át az OTT hagyományos tévék piacát? Mire számíthat a lineáris televíziós disztribúció?

Melyek a legfontosabb implikációi az OTT-k térnyerésének az egész távközlési és média iparágra? Öbb új globális ott szereplő lép be a piacra a közeljövőben (disney, apple, warnermédia, etc). Elbír-e ennyi szereplőt a piac?

– A Liberty eladta Vodafone-nak négy országban is a leányvállalatát – ezt mennyiben befolyásolták a médiapiaci trendek?

– Az OTT-k térnyerése a lineáris TV-k halálát jelentik-e?

Beszélgetés:

**Soós Péter** (Vodafone),

**Horváth László** (USA)

Beszélgetést vezeti:

**Holló Márta**

12.35–12.50

Előadás

**A videótartalmat megszakító reklám: áldás, vagy átok?**

A videótartalmú reklámköltsége tovább növekszik (emarker) a jövőre nézve is. Így gondolhatnánk, hogy áldás, hiszen a hirdetések figyelme töretlen. De mi van a fogyasztókkal, nézőkkel? Töretlen a lelkesedés?

**Piros terem**

14.40–14.55

Előadás

**Weboldal készítés a big data erejével.** Emlékszel arra, amikor a Facebook vagy az Amazon weboldala teljesen megújult? Nem véletlen, ha nem, hiszen nem nagyon volt ilyen. A sikeres cégek nagyon ritkán csinálnak radikális változtatásokat a weboldalaikon. Hogy miért? Mivel nem a teljes irányváltások, hanem az apróbb gyakori és adatvezérelt változtatások a nyerőek. Így lesz fokozatosan az elhagyott weboldalból először látogatókkal, majd konvertáló felhasználókkal és végül vásárlókkal rendelkező online birodalom.

Előadó:

**Szűcs László**  
(MoonShot)

14.55–15.10

Előadás

**Data Hungary:** Még több adat, még több élmény: hogyan készíts közvéleménykutatáson alapuló edukációs, online játékokat?

Előadó:

**Kulcsár Nikolett** &  
**Sellei Ábel**  
(SzeddViddVédd)

**A Dataizmus II. rész másnap folytatódik**



**Kék terem****Játékok a gyakorlatban**

16.50–17.05

Előadás

**Játékosítás az üzleti életben:** gamification

Előadó:

**Vendler Balázs**

(Games for business)

17.05–17.30

Előadás

**Stratégiai játékok – harcászat és versenyelőny.**

A katonai stratégia az üzleti stratégia bölcsője volt, évszázadokon át formálta, ezzel nagy hatást gyakorolva a sikeres üzletemberek gondolkodásmódjára. Az előadás fókuszában éppen ezért egy olyan szemléletet, és módszertan bemutatása áll, amely képessé tette a legnagyobb hadvezéreket arra, hogy felülkerekedjenek a káoszban, és kiszámíthatatlan helyzetekben is győzedelmeskedjenek.

A provokatív és mítoszromboló előadás keretében a való életből vett példák segítségével bepillantást kapunk napjaink legsikeresebb vezetőinek módszereibe, megismerkedhetünk a küldetés alapú vezetés 2.0 alapelveivel

Előadó:

**Porkoláb Imre****Citrom terem**

14.15–14.30

Előadás

**„Mindent most, mindent azonnal!”** avagy az intravénás reklámhasználat világa.

Hogyan lesz valaki függő? Mitől és meddig? Hogyan szoktassunk rá embereket valamire?

Mi a kulcsszó? A gyerekednek is ajánlanád, amit reklámozol? Hol vannak a te határaid? Meddig mész el a reklám terén?

„We want the world and we want it now!” (The Doors)

Nem tudsz felszedni egy csajt? Igyál kicsit, és menni fog! Nem tudsz eleget dolgozni? Szívj egy kis kokót, majd jobban megy! Szexelj online, játsszál online! Él virtuálisan! Streszes vagy? Végy be egy bogyót! Alvásproblémád van? Dobj be altatót, gyorsan hatót! Borotvált csupaszra magad, ne gondold, hogy a szőrzetednek szerepe van a tested hőháztartásában! Lelki békét, de azonnal! Izmot hekteken belül!

Tudjátok, hogy a lakosság hány százaléka függő?

Előadó:

**Bajzáth Sándor****Narancs terem**

13.50–14.05

Előadás

**A mesterséges intelligencia szerepe az ajánlórendszerekben.**

Előadó: **Gönczy Gábor** (Stylers Group)

14.05–14.20

Előadás

**Mit adhat nekünk a Google Shopping?** Fejlesztheti a versenyszellemet! Egy brilliáns húzással a Google a korábbi piaci részesedés kiesését egy bevételnövelő csatornává változtatta.

**A másnapi Google Shopping szekció felvezetője.**

Előadó:

**Rédey Iván** (DATAWEPS)

14.20–14.35

Előadás

**Nem tudom eladni senkinek, eladom hát mindenkinek.**

Van piacod külföldön, csak lehet, hogy nem tudsz róla. A Google számos eszköz ad, ami segíthet a határon túli kereskedés elindításában. Ezekből szedünk össze egy csokorra valót.

Előadó:

**Polyák Balázs** (Google)**Lila terem**

14.15–14.30

Előadás

**Mit látunk az adatfétisből?**

Előadó:

**Varju János** (OTP)

14.30–14.45

Előadás

**A Homo Consumer „adat-szórása”:** A remélt jövődöbeli vásárlóm már ott lépked, téblábol, megáll, bizonytalanodik a kapum előtt. Közben megannyi kis adatmorzsát hagyott maga mögött. Mind a két térben: offline is és online is. Milyen adatmorzsák születnek, mit lehet itt adatalapon befogni?

Előadó:

**Matócza Szabina** (Cherriska)

14.45–15.00

Előadás

**Az Adatvadász stratégiai és taktikai eszközei.**

Egy gyors pillanatkép arról, hogy napjainkban, miért és kinek lenne érdemes kiváltania a vadászengedélyt erre a területre, hol és milyen adatokat célszerű elejteni, mi is az a terület ahol lenne tér a fejlődésre. Az egész megfűszerezve az eddigi vadászataink során gyűjtött tapasztalokkal és eredményekkel.

Előadó:

**Sólyom Balázs** (UPC)

15.00–15.15

Előadás

**Az Adatkirály megszületik!** Hogyan lehet az offline és az online teret összekapcsolni és rendszerbe állítani?

Előadó:

**Brenkus Krisztián** (Auchan)**Fehér terem**

13.40–13.55

Előadás

**A játékoság megjelenése a tartalommarketingben.**

Előadó:

**Ihász Ingrid** (Hoppex)

13.55–14.10

Előadás

**A közösségi média kiaknázatlan hirdetésformái.** Vagy mennyire haladunk együtt a Facebook, Google, LinkedIn, Snapchat közösségimédia-hirdetési újdonságaival?

Előadó:

**Németh Alma** (Reprise)

14.10–14.25

Előadás

**A Google mégis megtalálja a helyét a közösségi médiában?**

Előadó:

**Rényi Balázs** (iProspect)

14.25–14.40

Előadás

**LinkedIn-en innen és túl – B2B tanulságok és best practice-ek.**

Előadó:

**Halász Réka** (mito)

14.40–14.55

Előadás

**A tartalommarketing, a B2B kommunikáció és a PR újraértelmezése. Meddig mehetünk el a humorban?**

Előadó:

**Dojcsák Dániel** (KPMG)**Zöld terem**

A technikai megoldások áldásával a videó tartalom előtt, közepén, végén, illetve a kettő között stb. belép a reklám, belép a márka, vagyis a hirdető. Ha hasonló videót néz a fogyasztó, többször is megszakítja a „kedvenc” videóját a hirdetés.

Lassan átalakul lineáris videó tartalommal, tévévé a hirdetési folyamat, de ez a szituáció roppant érzékeny a néző szempontjából. Hogyan reagálnak a fogyasztók? Mire hat negatívan az erős online videó tartalom-kampány: a vásárlásra, a márkára, vagy a termékre?

Előadó:

**Bernschütz Mária**

12.55–13.05

Előadás

**Befutók és lemaradók. – Vajon végérvényesen beelőzi az OTT a hagyományos, fizetős televíziós csatornákat?** A legfrissebb kutatások szerint egy átlagos fogyasztó 170,6 percet tölt el naponta internetezéssel, miközben a streaming szolgáltatásokat már 332,2 millió felhasználó veszi igénybe. Az előrejelzések szerint főleg a Roku és a Fire TV áll a masszív növekedés hátterében, a jövőben pedig a lokális streaming szolgáltatók, illetve az olyan óriásvállalatok is egyre nagyobb erővel szállnak be a versenybe, mint a Disney és a Warner.

Mindez azt sugallja, hogy a hagyományos fizetős televíziós csatornáknak egyre nagyobb piaci versennyel kell számolniuk. De vajon fel tudják venni a kesztyűt? Mi lehet az előremenedés útvonala? Hogyan vehetik fel a versenyt a hagyományos fizetős televíziós csatornáknak? Van egyáltalán esélyük?

Előadó:

**Kis Gergely** (eNet)**Piros terem**

**Forró témák a borozóban: a potenciális online platformszabályozás lehetőségei és veszélyei**

15.15–16.15

Workshop

**Lehetőségek és veszélyek az online platform szabályozásban.**

Résztevők:

Vitaindító felvezető:

**Incze Kinga**

(Whitereport),

Résztevők:

**Both Vilmos** (DJP)**Lengyel Márk**

(Lengyel Márk Ügyvédi Iroda)

**UK guest speaker****Ziegler Gábor**

(Indamedia)

**Juhász Levente**

(Google)

Vezeti:

Hamish Sandison

A workshopot szervezi a Whitereport

**Kék terem**

17.35–17.50

Előadás

**Innovatív technológiák a reklámban. MI a kreatív folyamatokban.**

Ha a mesterséges intelligencia képes cikkeket, képeket, zenéket létrehozni, az már kreativitás? Ha az MI kreatív, nincs szükség az emberre? Viszont ha az MI nem kreatív, nincs szükség a gépekre?

Inspirációs előadás a MI gyakorlati hasznáról a reklámkészítés legizgalmasabb részében

Előadó:

**Buzási Bence**

(Progressive Reklámügynökség)

17.50–18.05

Előadás

**Az intelligens marketing.**

Hosszú utat tettünk meg az intelligens mosóportól mostanáig. Az intelligencia (kifejezés) kiadására folyamatos a kísértés. Rajtunk múlik, hogyan játszunk vele, azaz mit tartunk intelligensnek a marketing vonatkozásában. Előadásomban az intelligencia típusainak megnyilvánulási formáit, lehetőségeit és akadályait keresem főleg a kommunikációtervezés aspektusából...

Előadó:

**Kun Miklós**

(MediaCom)

**Citrom terem**

14.30–14.55

Beszélgetés

**A versenyszellem által biztosított függőség és annak üzleti potenciálja.**

Hogyan lehet előhívni, az emberből? Mert ha megvan, akkor ott van a vásárlóérték. **Hogyan jelenik meg a függőség a sportos életben?**

Résztevők:

**Breyer Helga, Evetovics-Balla Hajnalka, Hajagos Rita** (Red Lemon)

Vezeti:

**Hegyí Nóra**

14.55–15.25

Fórum

**A pénz illata, a függőség induktora.** Hogyan kapcsolódik a pénz a játékhoz? Sejtjük. De azért hallgassuk meg!

Résztevők:

**Ambrus Attila, Demetrovics Zsolt, Bajzátth Sándor, Törös Balázs** (Fastbridge)

Vezeti:

**Szilvy Nóra****Narancs terem**

14.35–14.50

Előadás

**Az ügyfél csak addig jó, amíg azt akarja, amit mi akarunk?** Mit történne, ha az ügyfél azt mondaná, amit gondol? De tényleg...Mi történne akkor, ha az ügyfélszolgálatos is azt mondaná amit valójában gondol? Komolyan... És ha mindez egyszerre történik meg?

Előadó:

**Takács Antal** (CustomerView)

14.50–15.05

Előadás

**Engedd megélni!** Ez így jól hangzik, de valójában arról szól ez az előadás, hogy élményt szolgáltatás a terméked mellé.

A második nap Service Design előzetese

Előadó:

**Molnár Judit** (I1ts YOU Word)

15.05–15.45

Fórum

**Készülünk a jövőre. Kereskedelem 2020.**

Résztevők: Brand szakértő, árszakértő, webshop tulajdonosok.

Mennyire vagyunk tudatában a következményeknek? Mit jelent a félelem?

Miért nem engedjük napra az árszakértőket? Az excelből veszi majd az élet realitásait? Koncentráció. Piaci körkép

**Csányi Zoltán** (Dressa), **Nagy Sándor** (G'Roby), **Kui János** (GFK), **Szták András** (eMAg), **Filó Angéla, Janositz Johanna** (Ecipő), **Szilva Mónika** (Nestlé)

Vezeti:

**Donáth Fruzsina****Lila terem**

15.15–15.25

Előadás

**Amikor az offline adat találkozik az online adattal.**

Előadó:

**Lukács Csaba**

15.25–15.55

Előadás

**Utak a tölcserben.** Bevezetés a rendkívül hatékony stratégiákba, amelyek célja a legjobb közönség azonosítása és cselekvésre készítése.

Előadó:

**Victoria Fine** (USA)

15.55–16.05

Előadás

**A consumer journey és a 360 fokos kommunikáció.**

A consumer journey egyre összetettebbé válik. Egyre több touchpoint keletkezik, azaz a vásárlók egyre több ponton találkozhatnak a márkatulajdonosok üzeneteivel. Egyre fontosabb kérdés, hogy a márkatulajdonosok miként tudják hatékonyan kezelni ezt a manapság.

Előadó:

**Ritter Ádám** (Panmedia)

16.05–16.30

Előadás

**YANDEX! Oroszország kapuja.**

Az orosz piac áttekintése, bevezetés a Yandexbe. Yandex termékek és szolgáltatások.

A Yandex hirdetéstechnikája.

Előadó:

**Mikhail Derbyshev**

(YANDEX)

**Fehér terem**

14.55–15.30

Fórum

**Mitől lesz zajos a content marketing piactere?**

Vajon mennyire gátolják egymás a jó minőségű tartalmak? Hogyan lehet a legdegeneráltabb kereskedelmi üzenetet „comme il faut”, azaz szalonképes ruhába öltöztetni? Ha mindenki kiváló tartalmat ad, akkor az elvileg a minőség javulásával járhat(na), de így egymást fogják „ütni”, megint bezajosodhat. Viszont ha mindenki jó tartalmat ad, akkor azok akár ki is olthatják egymást. Vagyis megint csak „beza-jozódás” várható? Fórum-beszélgetés.

Résztevők:

**Éless Dénes**

(Budapest Honvéd Fc),

**Forrás Dávid** (Noizz),**Horváth Tamás**

(Adaptive Media),

**Szabó Zoltán** (Index)

Vezeti:

**Jobbágy Tamás és****Pajor Attila**

15.30–15.45

Beszélgetés

**Mit érhetünk zene nélkül?**

Zene – hang – érzélem. Beszélgetés **Soltész Péterrel** a Punnany Massif menedzserével, zenei kiadóval, producerrel.

Beszélgetőtárs:

**Tuza Norbert****Zöld terem**

13.05–13.20

Színház

**„Nekem nincs tévém, és azon is csak dokumentumfilmet nézünk.”**

„Sznobkultúra” megjelenése az audiovizuális tartalmak fogyasztásainál.

Előadó:

**Impro Színház művészel**

13.20–13.35

Előadás

**Hová tűnnek a szurkolók? A sport OTT szolgáltatások előretörése.**

2020-ra népszerűbb lehet az OTT szolgáltatás, mint az IPTV. A fogyasztói igények változása, a technikai és technológiai átalakulás irányára azt feltételezik, hogy az OTT szolgáltatások hamarosan nem csak beérik, hanem meg is előzik az IPTV népszerűségét. Mindez nem jelenti az IPTV eltűnését, vagy azt, hogy a szolgáltatók a meglévő tevékenységük mellett ne nyitnának az OTT felé. Sőt, a megkérdezett IPTV szolgáltatók 45% már most is jelen van az OTT szegmensben, míg csak 33% nyilatkozott úgy, hogy nem szerepel a terveik között a piaci belépés. Mire lehet számítani a piac további átrendeződése kapcsán? Kik lesznek a nyertesek? Kik a hazai szereplők? Hogyan alakul az OTT és az IPTV viszonya? Miért egyre népszerűbb az OTT? Mi vár az IPTV szolgáltatók piacára?

Előadó:

**Gerlei Gyöngyvér**

(Antenna Hungária)

**Piros terem**

**Álmodtunk egy világot magunknak, érte már mi leszünk a felelősek.**

Vezeti: **Havasi Zoltán** (Wavemaker)

16.20–16.35

Előadás

**Ki a felelős az utópiáért? Ki a felelős azért, hogy miről álmodozhatunk?**

Filozófiai, szociológiai, társadalmi, cégfenntarthatósági és marketingkommunikációs kérdés egy jobb társadalmi és egyéni életérzésért. **A hosszú távú gondolkodás merészsége.**

Ég az erdő, szakad Európa. Lassan itt egy újabb válság! Az első jelei már itt vannak. A legutolsó válság óta elindult egy növekedés. A cégeknek most olyan sokat nem kellett tenniük a növekedésért. A gazdaság húzta őket. Ha szabad ezt írnom, egy ma divatos szóval: a cégek sokasága az automatikus növekedési pályán áll. De ha megint „beomlik”, akkor csak olyanok tudnak majd fennmaradni akiknek van márkája, sőt reputációja. Mit tehet ilyenkor egy márka, egy felelős, a társadalomért felelős márka?

Előadó:

**Köves Alexandra**

**Kék terem**

18.05–18.20

Előadás

**Játszva gondolkodom (gondolkodva játszom), tehát vagyok.**

Előadó:

Jordán Tamás

18.20–19.00

Fórum

**Ahány ház, annyi játék.** Beszélgetés az intelligenciáról, a szellemiségről, az ember irányíthatóságáról, a kampányvezetésről, a cégirányításról.

Résztevők:

Jordán Tamás,  
Deák Kristóf,  
D.Tóth Krisztina

Pintér Márk

(Pókerjátékos)

Vezeti:

Radnai Péter

19.25–20.00

Beszélgetés

**„Miénk ez a cirkusz, mindenkire szerep vár”**

**A vicc akkor jó ha csíp.**

**A bulvár játékszabályai.** Játék a szavakkal és az érzelmekkel.

Résztevők:

Arató András,  
Tomán Szabina,  
Schiffer Miklós,  
Sváby András

Vezeti:

Szirmay Dávid (Blikk)

**Citrom terem**

Brand Hungary

„Brandszerváltás”:

**Márkaörök és a márka hangnemei.**

Vezeti: Kőszegi András

15.25–15.40

Előadás

**Mikor hagy(hat)ja el önmagát a márka? Egyáltalán kiléphet-e önmagából?** Mikor lehet, sőt kötelező hangnemet váltani? Az unalomvá válás elkerülendő.

Mikortól érett meg a márka a megújulásra? Mikor teljesen felesleges pénzkidobás a márka való belenyúlás, urambocsá! teljes váltás?

Előadó:

Liptai Judit

(Danubius Hotels)

15.40–15.55

Előadás

**Egy márka küldetéssei. Mit vállalhat fel egy márka a kommunikáció során?**

Előadó:

Mérő Ádám (Coca-Cola)

**Narancs terem**

**Az utolsó láncszem: a contact man. Az árukézbessítő és az ügyfélszolgálatos. Az áruszállítás ekletikus világa.**

**6,5 millió ember hálójában, de 4 milliárd ember piacterén!** Eltűnik az e-kerkedelem és a kereskedelem közti különbség? Megmaradhatnak-e a lokális kereskedők a globálisok mellett? A választ a logisztikában kell keresni: ha meg tudja oldani egy magyar bolt, hogy akár már aznap – sőt, egy órán belül - szállítson, akkor van egy nehezen behozható előnye az Aliexpresszel vagy az Amazonnal szemben.

15.45–16.05

Színház

**Nyitány! Showmúsor.**

**A kereskedő arca: a contact man, azaz a kézbessítő és az ügyfélszolgálati munkatárs.** Igen, függünk tőlük. Kevesen vannak és válogathatnak az állásajánlatok közül. Ha kedves, vagy ha undok, az kihat a webshopunk megtiszteltetésére.

**A vásárló szemszöge.**

Előadó:

Kocsis Gergő,  
Dankó István

**Lila terem**

**A KPI fétis (fél)istenei: Growth hacking meg KPI!** A legolcsóbb, leghatékonyabb és a leginkább „szarrá optimalizált” kampányok. Amikor a határtalan munka előrébb van, mint a magas költség! Na, és ha a van egy jó ötleted, tarolhatsz azzal is! Interaktív konferencia, játékos elemekkel.

16.30–16.45

Előadás

**A virtuális média: growth hacking!** Mi is az a growth hacking, és vajon miért pont itt magyarázzuk el? Igaz, hogy veszélyes lehet a média bizniszére? Meddig lehet(ne) barát, és honnan válik ellenséggé? **A growth hacking két része:**

A végtelenül optimalizált csatornák. Az ütős ötlet, amely önmagát kezdi gerjeszteni, mintegy vírusossá válik. Itt viszont a saját ön-maga segít a sztori miatt.

Előadó:

Kádas Péter (7Digits)

16.45–17.00

Előadás

**A konverzió-fétis gyenge pontjai.** Amikor a konverzió fájától nem láthatod a fejlődésed útját. Ne építs korlátokat a részkonverziókból és a aranykonverziókból! Ismerd meg piacod, építs rá terved, és légy rugalmas a konverziómaximalálásában.

Előadó:

Darázs Attila  
(Addict Interactiv)

**Fehér terem**

15.45–16.00

Előadás

**Sorozatok és sztork a közösségi médiában**

Előadó:

Joanelli Tamás  
(Be Social)

16.00–16.35

Eset-tanulmány

**Sorozatok a videómegosztókon.** 4 azonos kérdésre kell válaszolniuk:

Mennyi/mekkora az elérésük?

Milyen hirdetési formákat használnak?

Kapcsolattartás a nézőkkel.

Milyen adatokat gyűjtenek?

Bihari Attila (Honfoglaló)

Kadlok Nelli (Rossman)

Jedlicska Márton

(WaveMaker)

Trubek Zsuzsa (Huawei)

Opponál:

Pohly Ferenc

**Zöld terem**

13.35–13.50

Előadás

**Mire ad és mire nem adna pénzt a tévéző?** Milyen audiovizuális tartalom fogyasztásáért adna pénzt? (film, sport, porno) Mennyit lenne hajlandó áldozni videotartalomért havonta rendszeres előfizetésért?

Mennyit lenne hajlandó fizetni 1 db tartalomért, filmért?

Előadó:

Sági Ferenc (NRC)

13.50–14.30

Fórum

**Lineáris vándorlás, kérhető jövő.** Kábeles előfizetések és hosszan tartó reklámblokkok hatása a fogyasztóra, előfizetésekre. **Mire számíthat az OTT egy lineárisan fejlett piacon? Milyen hatással lehet a lineáris programra és a VOD-ra a túlzott reklámsugárzás?**

Milyen erő hatnak ki a fogyasztók előfizetési hajlandóságára? Mi tolerálható? Kinél hogyan jelenik meg az OTT?

Résztevők:

Bíró Balázs (Tarr KFT),

Bodócsi Erika

(IKO Kábeltevé),

Gerlei Gyöngyvér

(Antenna Hungária)

Szűcs László (Viacom)

Haász Orsolya

(Magyar Telekom),

Lennert Márton

(Vodafone),

Lukács Csilla (ATV)

Vezeti:

Holló Márta

**Piros terem**

16.35–17.35

4 x előadás  
Z generációs előadás

**Hova képzeled magad 3-5-10 év múlva?** Fiatal média- és marketingszakemberek előadásai arról, hogyan képzelik el szakmájukat, megélhetésüket, valamint a marketingkommunikációs szakma szerepét a társadalmi felelősségvállalásban.

Pomázi Viktor

(Kolibri Pictures)

László Balázs (Nestlé)

Csányi Péter

**Tanár! Mikor beszélgetünk a robottal?**

Előadó:

Hegedüs Renáta

(Egyetemi hallgató OTDK program tagja.)

Eötvös Loránd

Tudományegyetem

Bölcsészettudományi Kar)





## Kék terem

## Citrom terem

15.55–16.10

Előadás

**Egy márka jelentésének közös nevezője.** Egy márka eltérő jelentéssel mutatkozhat meg az offline és az online térben. Tehát fel kell tenni a kérdést: az emberek ugyanazt gondolják offline és online? Ugyanazt mondjuk online-ban és offline-ban, esetleg nem ugyanúgy?

Előadó:

**Burka Szilvia** (Praktiker)

16.10–16.30

Színház

**A reklámfogyasztó is egy ember.**

**Utálják, ha el akarsz adni nekik valamit, viszont imádnak vásárolni.** De egy biztos: a reklámfogyasztóból lesz a vásárló/fogyasztó, aki lehet:

1. Sznob.
2. Kedvezmény-vadász.
3. Olyan, akinek csak akkor kell, ha drága.
4. Mindenkinél okosabb.
5. Akaratgyenge.
6. Identitáskereső (valahova tartozás élményére vadászó.)
7. Önjelölt, „szakmailag megalapozott szakértő”.
8. Lojális és szerelmes a márkába.
9. Evangélista.
10. Csípőből negatív.

Előadó:

**Litkai Gergely**

## Narancs terem

16.05–16.10

Díjkiosztó és beharangozó

**DÍJKIOSZTÓ!!! A legerősebb láncszem!** Az ügyfélszolgálati pályázat díjtadója. A másnapos programok beharangozója.

16.10–16.25

Eset-tanulmányok

**Alternatív áruszállítók a verseny piacon.** Üzleti modelljeik képletei. A szállítási verseny piac. Miként lehet megélni a giga-mamutok árnyékában?

Előadó:

**Boruzs Ákos**

(Webshop logisztika)

16.25–16.45

Előadás

**Budapesten 24 órában, 2 óra alatt megoldjuk.**

A növekedés felgyorsítása az aznapi kiszállítással.

Előadó:

**Tomas Cupr** (rohlik.cz)

16.45–17.00

Előadás

**Offline boltból az online-térbe, bevásárlókosárból a házhoz-szállításig.**

Előadó:

**Németh Károly** (SPAR)

## Lila terem

17.00–17.10

Előadás

**Hol a helye a displaynek az adatvezérelt kampányokban.**

Előadó:

**Papp Zoltán** (Dot)

17.10–17.20

Előadás

**A Szent Grál neve: KPI.**

A kereskedelem sikerének a kulcsa három KPI-ban leírható: – **CPP** – marketing mutató, cost per purchase (ebben benne van a CPC és a konverzió, illetve a fizetés és nem fizetés csatornák közötti share) – **kosárérték**

– **árrés**

Hogyan viszonyulnak egymáshoz?

Előadó:

**Falusi Ákos**

(SmartCommerce)

17.20–17.30

Díjkiosztó

**DÍJKIOSZTÓ!!! A közösségimédia-kampány valamint a Közösségi-játékok pályázatának díjkiosztója.**

## Színesedő Videológia

17.30–17.45

Előadás

**Túlsorduló függetlenedés. Outstream az új instream?**

A videós hirdetések két főbb csoportja, már nem is annyira különül el egymástól, a növekvő videós hirdetési kereslet könnyítésére vagy kreatív megjelenés továbbfejlesztésére jó az outstream? Nemzetközi trendek, tendenciák, kérdések, hazai gyakorlat, irányok.

Előadó:

**Erdélyi Eszter** (atmedia)

## Fehér terem

16.35–17.10

Beszélgetés

**A sorozatok varázsa.** Mitől lehet valamit sorozattá nemesíteni? Milyen műfajok jelenhetnek meg? Hogyan jelenhet meg az epizódokon átívelő storytelling? Hogyan jelenhet meg a kereskedelmi üzenet?

Mikor kell egy epizódot – a csúcson – abbahagyni? Mikor fullad ki? Hogyan néz ki ez az online térben? Videókon, újságban, online magazinban. Honnan jöhetnek árbevételek? Előfizetéses és hirdetői oldalon. Melyik hirdetői szektornak lehet jó? OTC? FMCG? Prémium termékek?

Résztevők:

**Zajer Attila** (ATV),**Büchler András**

(Libri Kiadó)

**Joanelli Tamás**

(Be Social),

**Kalmár Tibor**

(New Wave Media),

**Juhász Péter Tibor**

(Borsodi)

Vezeti:

**Pohly Ferenc**

17.10–17.25

Előadás

**DICAPRIOT IS MEGLEP-NÉK A MAGYAROK – Friss kutatás a lakosság klímaváltozással kapcsolatos attitűdjeiről**

Olvadnak a gleccserek, szélsőséges az időjárás és az óceánok műanyaggal telítődnek. Rémisztő hírek, amelyeket egyre gyakrabban látunk és hallunk a médiában.

## Zöld terem

## Telekommunikáció

14.30–14.45

Előadás

**100 éves tradíciók dőlnek a porba.**

Előadó:

**Bancsics Ferenc** (NISZ)

14.45–15.00

Előadás

**VAD Jövő '2.0**

Előadó:

**Barta Attila** (Invitech)

15.00–15.10

Előadás

**Mennyit ér és mennyibe kerülhet egy 5G?**

Előadó:

**Wéber Mátyás** (KPMG)

15.10–15.25

Előadás

**Mit hoz nekünk az 5G.**

Előadó:

**Solymár Károly** (ITM)

15.25–16.00

Előadás

**Magyarország 5G stratégiája.**

**Solymár Károly Balázs** – Infokommunikációért felelős helyettes államtitkár, **Jakab Roland** az 5GK elnökségi tagja **Máczi Ákos**, az 5G Koalíció szakmai vezetője

**Bartolits István** (NMHH)

Vezeti:

**Holló Márta**

## Piros terem

17.35–18.35

Workshop beszélgetés

**Elképzeltünk egy szebb jövőt, és kitaláltuk az odavezető utat. Mi a helyzet?**

A szakmát önértékelési és morális kérdések fészegetik. Az ügynökségi oldal egyre kiszolgáltatottabbnak érzi magát a projektalapú megbízások és pool működés gerjesztette versenyspirálban. A marketingtechnológia előretörése marginalizálja a kreativitásba és hosszú távú gondolkodásba vetett hitet. A korábbi működés túlhaladott, az újjal még senki nem állt elő.

**Mi legyen a szakma válasza?**

Moderált, kis csoportos gondolkodás az alábbi kérdések mentén:

Milyen értéket teremtsen a szakma az automatizációval felszabaduló idejében? Ki dönti el, kié az adat? Hogyan tudná a szakma biztosítani azt, hogy az adat az egyéni jóllétet, jó életet társadalmilag igazságos módon szolgálja?

Mi a szerepe a szakmának a túlfogyasztás viszszaeszközítésében az anyagi jóllét megtartása/megteremtése mellett?



## Kék terem

## Citrom terem

16.35–16.50

Előadás

**Mit tehet egy márka, ha nincs saját online értékesítése?** Hogyan kapcsolható össze a B2B trade marketing és az e-kereskedelem?

Előadó:

**Bodnár Péter** (Rauch)

16.50–17.05

Előadás

**Elegem van a dicséreték zajából!** Használd ki Te, a negatív hangnemek tapadó energiáját! NEM, ez NEM fából a vaskarika. Azt már tudjuk, hogy minden, ami negatív hangvételű, az ötször gyorsabban ragad meg az ember agyában, mint a pozitív... Ugyanakkor minden reklám hangvétele dicsérő.

Előadó:

**Aczél Petra**

17.05–17.20

Előadás

**Játék a gondolatba beleragadó szavakkal.** Volt már dal, amit egész nap dúdoltál?

Előadó:

**Györfy Kinga**

## Narancs terem

17.00–17.10

Előadás

**Mi lenne, ha nem csomagolnánk be az árut?** Legyen olcsóbb, ha valaki nem kéri a becsomagolást! Környezetvédelem. Elmondva tök jó, de gondoljunk bele ennek realitásába! Amikor valójában csak üzletet fejlesztünk, egy álszent kedvességgel. Lásd még a Wizzair-féle politikát.

Előadó:

**Kondás Kata** (Doremi)

17.10–17.50

Fórum  
beszélgetés

**A legszínesebb piac: áruszállítás.** Mit lehet extra-ként számolni?

Az áruszállítás költségei: árazás és esetleges bújtatott költségek.

Mennyire férjen hozzá a vásárló szállítványozóról, kézbesítőről adható információhoz?

Az áruszállító minősíti a boltodat.

A vásárló fizetési lehetőségei.

A fuvarkövetés jó és rossz oldalai... Milyen extra szolgáltatásai lehetnek? Pl. emeletre cipekedés. Hol jelenhet meg az élmény?

Résztevők:

**Ráczné Hegedűs Klára**

(MPL),

**Janó Dávid** (SPAR),**Hallgat László**

(Praktiker),

**Kovács Livia** (Sprinter)

Vezeti:

**Rédey Iván**

(DATAWEPS)

## Lila terem

17.45–18.00

Előadás

**Torzsülött videóhirdetések kiszolgálása?**

Előadó:

**Imre László** (Crimtan)

18.00–18.15

Előadás

**Performancia-videó: mítosz vagy valóság?** A videós hirdetések régen túl léptek azon, hogy tisztán branding megoldások legyenek. A Google előadásában információt kaphatunk a legújabb hazai videós trendekről, kiemelt hangsúlyt fektetve a performancia-marketing területére.

Előadó:

**Kovács Péter** (Google)

18.15–18.40

Kibeszélő

**Kibeszélő:** Meddig működik az outstream, mikortól csordulhat túl? Mikor in- és mikro outstream? Kinek jó, kinek érheti meg, kellene?

Résztevők:

**Csingár Zoltán** (Crimtan),**Bacsa Gábor** (Carat),**Kovács Péter**

(Indamedia),

**Erdélyi Eszter** (atmedia)

Vezeti:

**Máth András** (IAB)

## Fehér terem

De vajon milyen hatással van a magyarokra a jelen-ség? Félünk, reménykedünk, vagy egyáltalán nem is érdekel minket? 2019-ben egy kommunikáló szervezet nem engedheti meg magának, hogy ne lássa kristálytisztn, hogy a média révén mit hoz ki belőlünk a klímaváltozás témája. Erre a tudásra már nem kell várni: a Lounge Group országosan egyedülálló kutatása az előadásban debütál.

Előadó:

**Szabó Zsófia**

(Lounge Group)

17.25–17.40

Előadás

**Boldog születésnapot MONA LISA!** – Értékes márkának értékes tartalom kell.

Előadó:

**Csorba Anita** (Inspirációk média)

17.45–18.00

Előadás

**Bátrak voltak, online tartalomszolgáltatásba fogtak.** Sorozatokká nem esedett rendszeresen jelentkező tartalmak. Bevételi források, adatgyűjtés, szórakoztatás, értékadás.

Előadók:

**Trunk Tamás**

– corporationz.hu,

Opponál:

**Pohly Ferenc**

## Zöld terem

16.00–16.40

Fórum

**Gigabit társadalom.**

A Gigabit Hungary Stratégia.

**Bancsics Ferenc** (NISZ),**Kövesi Gabriella** (HÉT),**Kelemen Csaba** (ITM),**Kis Gergely** (eNet),**Huszty Csaba** (DJP)

Vezeti:

**Holló Márta**

16.40–16.55

Előadás

**IoT – Mindenre is jó (?)**

Előadó:

**Bársony Kristóf**

(Antenna Hungária)

**HÉT: Itt a Kódex – változik a hazai hírközlési szabályozás**

Minden változik. A hírközlés, az ipar, a média, a szolgáltatások, a fogyasztói igények és igen: a szabályozás is. 2020 végére az Uniós tagállamokban át kell ültetni a jogrendbe a 2018. végén elfogadott Európai Elektronikus Hírközlési Kódex által megkívánt változásokat. Mivel jár ez, hogyan érinti a fogyasztókat, a piaci szereplőket és a szabályozót? Erről szólnak a Hírközlési Érdekegyeztető Tanács (HÉT) által szervezett kerekasztal beszélgetések.

16.55–17.10

Előadás

**Milyen változásokat hoz az új európai hírközlési kódex?**

Előadó:

**Beke Nándor** (NMHH)

## Piros terem

Ki a szakma „vevője” egy fenntarthatóan és felelősen működő világban?

Milyen a közös értékrend alapján együttműködő szakma (ön)szabályozása?

**Facilitátorok:****Beliczki Andrea**

(Wavemaker),

**Vállai-Lengyel Hédi**

(Wavemaker),

**Tóth Beatrix**

(Wavemaker),

**Vajda Csilla**

(Wavemaker)

Vezeti:

**Havasi Zoltán**

(Wavemaker)



## Kék terem

## Citrom terem

**Hittek a márkában,  
hittek saját hangjukban.**

17.20–17.35

Előadás

**Mitől ragadok? A pozitív  
üzenet(zajok) dicsérte.  
Egy agent provocateur  
vallomása**  
Előadó:  
**Weiler Péter**

17.35–17.50

Előadás

**Szexista reklámok új né-  
zőpontból:** kislányos apa  
a reklámszakmából.  
Előadó:  
**Hlavacsek Béla**  
(Progressive  
Reklámügynökség)

17.50–18.05

Előadás

**Így nyúld le a sportpia-  
cót JORDAN-nel,** avagy  
Michael Jordan útja az  
Adidastól a Nike-n át a sa-  
ját brandig.  
Előadó: **Neszmélyi Emil**

18.05–18.20

Előadás

**Régi-új szabály: aki nem  
kockáztat, nem is nyerhet.**  
Előadó: **Szabó Béla**  
(Magyar Telekom)

## Narancs terem

17.50–18.10

Előadás

**Hogyan rabolhatnak ki a ki-  
berbűnözők? – élő látvány-  
hackelés és hackersimogató.**  
**Keleti Arthur és Kovács  
Zoltán** vidám előadása.

**Legyen élmény a fizetés!  
Mesélünk a pénz útjáról.  
Interaktív, játékos szekció  
a legkomolyabb dologról:  
a pénzről.**

... a másik pont, ahol a lokális labdába rúghat a globális-szal szemben: a fizetés. A vásárlónak fontos, hogy milyen csatornákon jut el a pénze a kereskedőig, milyen visszajelzést kap, mennyire hiteles ez a fizetési mód, mennyire megbízható. Itt is van mód versenyelőny kiépítésére, de egyelőre nem érezni, hogy a hazai piac fintechben is fel akarná venni a versenyt a globálissal.

18.10–18.25

Előadás

**Gondolatok a fizetés körül:**  
Mi jellemzi a fizető embert? Bizalmatlanság, türelmetlenség. Pénzszórók és fősvények. Van, akinek a pénz kiadása okoz örömet, és a megvásárolt tárgy a "fiókba" kerül. Van, aki meg akár 2 forintért is elkíséri a legyet Budapest-ről Balatonra. Segítsd őket a pénztől megszabadulni! - A sztorizós, a napi gyakorlatról szóló vidám délután. A pénz és a vásárló pszichológiája.  
Előadó:  
**Földi Miklós Dániel**

## Lila terem

**Kampányológia.  
Kinek kell a  
programmatic?**

18.40–18.55

Előadás

**Nincsen médiaterv prog-  
rammaticon kívül?** A prog-  
rammatic-vásárlás misztiku-  
mainak leleplezése.  
A marketingszakemberek és megjelenítők még mindig kételkedhetnek a programmatic-kal kapcsolatban, miközben ez a médiavásárlási típus egyre elterjedtebb. Tisztázzuk ennek a hirdetéstechnikának a leggyakoribb misztikumait! A prezentáció célzott hallgatósága az egész hirdetőipar (márkák, ügynökségek és online megjelenítők).  
Előadó:  
**Gosia Kmiecik**

18.55–19.05

Előadás

**Hogy ne fizessünk rá? Mi  
is az a bid shading, és  
hogyan működik a gyakor-  
latban?** A legnagyobb  
SSP-k már léptek, így a 1st  
price auction már nemcsak  
elméleti szinten létezik a  
programmatic kampányok  
esetén. Hirdetői oldalról  
számos veszélyt jelent, hisz  
nem megfelelő bid stratégia  
esetén komoly túllicitálás és  
irreális megjelenési árak  
várhatók. A megoldás rövid  
távon a bid shading lehet,  
ami már egyre több DSP  
palettáján szerepel.  
Előadó:  
**Dobos Krisztián (Mito)**

## Fehér terem

18.00–18.10

Díjkiosztó

**DÍJKIOSZTÓ!!! A Fekete  
lúd tolla.** A hatszavas játé-  
kok pályázat díjkiosztója.  
Pályázat I.  
„Környezetünk állatai”  
Pályázat II.  
„Játszó Társaim”

18.10–18.45

Beszélgetés

**Mitől válhat szórakozta-  
tóvá egy hirdetés?** Él-  
mény és szórakoztatás.  
A content marketing és a  
vulgáritás megjelenése a  
reklámszpotokban.  
Beszélgetnek:  
**Hársfalvi János**  
(Magyar Suzuki),  
**Mentes Endre (ACG),  
Karakas Fanni (Nestlé),**  
Vezeti:  
**Domokos Szilárd**

18.45–19.25

Beszélgetés

**Ad Verification a gya-  
korlatban – mivel állunk  
szemben a valóságban,  
mik az előnyei, limitációi?**  
Manapság nagyon diva-  
tos és fontos téma az ad  
verification, azonban az  
értéklánc különböző sze-  
replői más-más aspektus-  
ból tartják fontosnak. Mi-  
lyen megoldások használ-  
hatóak a mindennapi gya-  
korlat során, milyen elő-  
nyöket hordoz magában  
az egyes szolgáltatók által  
biztosított információ?

## Zöld terem

17.10–17.50

Előadó +  
beszélgetés

**Hozzáférés – társberuhá-  
zások, iparági együttmű-  
ködési modellek**  
Új szolgáltatások, új tech-  
nológiák – együttműködni  
szabad, lehet, vagy eset-  
leg kell? Kényszer, vagy le-  
hetőség? S ha igen, hogyan  
nem?

Vitaindító:

**Balogh Virág**  
(HÉT/Magyar Telekom)  
Részvevők:  
**Pápai Zoltán (Infrapont)**  
**Balogh Virág**  
(HÉT/Magyar Telekom)  
**Ruzsa Róbert**  
(Vodafone)  
**Fazekas Balázs**  
(Invitech)  
**Baboss Csaba (NMHH)**  
Vezeti:  
**Holló Márta**

17.50–18.30

Előadó +  
beszélgetés

**Egyetemes reloaded.**  
Avagy az egyetemes szol-  
gáltatás revíziója követve a  
technológiai fejlődést, a pia-  
ci változásokat és a fogyasz-  
tói igények átalakulását.  
Vitaindító:  
**Csömör Magdolna**  
(HÉT/UPC)  
Részvevők:  
**Kőrösi Gábor**  
(HÉT/Telenor)  
**Csömör Magdolna**  
(HÉT/UPC)  
**Beke Nándor (NMHH)**  
**Kis Gergely (eNet/DJP)**  
Vezeti:  
**Holló Márta**

## Piros terem





## Kék terem

## Citrom terem

18.20–18.50

Fórum

**Ahány ház, annyi játék a reklámban.** A hirdetési játékok egyértelműsítője. A szórakoztató marketing, Esettanulmányokkal fűszerezett beszélgetés.

Résztevők:

**Palcsó Sára** (Zwack),  
**Bíró Balázs** (Auchan),  
**Varga-Nagy Eszter**,  
**Szabó Béla**

(Magyar Telekom),  
**Blaskó Nikolett** (ACG)

Vezeti:

Kerti Attila

18.50–19.25

Kibeszélő fórum

**A hangnemváltások okai egy márka életében.** Sok minden befolyásolhatja, illetve okozhatja egy márka hangnemváltását. Egy termék átalakulása, vagy egy krízis által kiváltott helyzet. Próbáljuk meg bármilyen rossz is egy adott helyzetet, átfordítani azt saját hasznunkra. Nincs is annál szebb szakmai siker, mint amikor egy trollból evangélistát „faragunk”.

Résztevők:

**Bánhegyi Zsófia** (SzRt.)**Pálfalvi Márta**

(Heineken),

**Hidvégi Krisztina**

(New Land Media),

**Suba János** (Vodafone)Vezeti: **Kamasz Melinda**

## Narancs terem

18.25–18.40

Előadás

**Online fizetési eszközökről kendőzetlenül:** Revolut, Apple Pay, Simple, Transferwise a magyar weben. Kitekintés a környező országokra. Kutatás. Mi van Magyarországon? Több közép-európai országban szinte egyidőben robbantak be kényelmes és egyszerű fizetési módszerek. Az elsősre kánaán helyzet azonban tartogat meglepetéseket, ha mélyebbre nézünk, és megvizsgáljuk az első felhasználói hangokat. Egy online és közösségi média kutatással tártuk fel, és értékeltük ki a publikus fogyasztói véleményeket azaz a felhasználói élményt. Vajon működik ténylegesen jól, és mi rosszul? Tényleg minden olyan tökéletes, mint ahogy állítják?

Előadó:

**Szekeres Péter** (Neticle)

18.40–18.55

Előadás

**Tapasztalatok az Apple Pay-jel.**

Előadó:

**Ofczianka Balázs**

(Erste Bank)

## Lila terem

19.05–19.20

Előadás

**Kampányok Budapest-ről akár az egész világon?** Az új programmatic, biddable világban mennyire lehet / kell központilag kézbe venni az irányítást, esetleg a megvalósítást? Mik az előnyei, mik a hátrányai, mennyire van szükség a helyi tudásra, helyi ismeretre?

Előadó:

**Ács Tamás** (Cadreon)

19.20–19.35

Előadás

**Online inventory monetizálás Google nélkül – vajon lehetséges?**

Változtat a Google, és lehet, hogy a first price auction bevezetésével megváltozik minden? Mennyire érinti ez a kiadók életét, hogyan alakulhat át a monetizációs stratégia?

Előadó:

**Sopov Kata**

(Adaptive media)

19.35–19.50

Előadás

**Adat nélkül csak véleményed lehet.**

Előadó:

**Balsai Balázs** (Evo)

## Fehér terem

Hatékonyabbá teszi-e a kommunikációt, mit lehet még tenni közös erővel a piacon, hogy itthon is elterjedtebbé váljanak ezek a megoldások? Vagy egyáltalán szükség van-e ezek használatára? Ezekre a kérdésekre keressük a választ kerekasztalunk során.

**Semsei Balázs**

(Vodafone),

**Erdélyi Eszter** (atmedia)**Szomolányi Márk**

(Auchan),

**Somogyi Péter Pál**

(Evomedia),

**Oszipovics Tatjana**

(Initiative),

Vezeti:

**Török Judit** (Mediacom)

19.25–20.05

Fórum beszélgetés

**Halak és hálók:** Tudnunk kell vigyázni a tartalompiacunkra! Sokasodó márka lapok. Az online újságokban egyre másra érnek az egymásra igen csak hasonlító tartalmak. A kereskedők és a gazdaság más piaci szereplői „magán kommunikációs csatornákat” hoznak létre. Aztán ott van a growth hacking és a „médián kívüli”, a fogyasztókat könnyen elérő megoldások. A globálisok sem kis erővel harapnak le a piacunkról.

## Zöld terem

18.30–19.10

Előadó + beszélgetés

**Hogyan változnak a végfelhasználói jogok?**

Végül, de nem utolsó sorban a fogyasztó, a végfelhasználó vagyis az ügyfél jogai. Szolgáltatások egyre változatosabb formái állnak az egymással kommunikálni kívánó fogyasztók rendelkezésére, változatos szerződéses konstrukciókon keresztül, melyet jelez az is, hogy a Kódex felhagy mind a telefonszolgáltatás, mind pedig az előfizető elavult kategóriáinak használatával. Ha változik a szolgáltatás és változnak a felek, marad-e változatlanul a fogyasztóvédelmi szabályrendszer? Milyen követelmények biztosítják a jövőben, hogy a fogyasztók tájékozottan választhassanak és szolgáltatót válthassanak, amikor számukra az a legelőnyösebb?

Vitaindító:

**Kovács Anita**

(HÉT/Telenor)

Résztevők:

**Kovács Anita**

(HÉT/Telenor)

**Ferenczy Judit** (Tarr Kft.),**Orosz Brigitta** (NMMH),**Kelemen Csaba** (ITM),

Vezeti:

**Holló Márta**

19.10–19.25

Előadás

**Összefoglaló a Kódex kerekasztalok során elhangzottak.**

Előadó:

**Kövesi Gabriella**

(HÉT/Magyar Telekom)

## Piros terem



## Kék terem

## Citrom terem

19.25–20.10

Fórum

„Szeretem ha szidnak. Addig is rólam beszélnek.”

**Mennyit ér a presztízse? Hangnemek játéka.**

**A hangnem tárgya.** Hogyan válasszunk hiteles hangnemet?

Résztevők:

**Juhász Péter Tibor** (Borsodi),

**Kutas István**

(Magyar Telekom),

**Orosz András** (MOL),

**Iglódi-Csató Judit** (GSK),

**Tóth Orsolya** (IMG),

**Pusztay András** (INDEX)

Vezeti:

**Pohly Ferenc**

## Narancs terem

19.00–20.00

Fórum

**A készpénz-fétis hétköznapjai. 2 felvonásban.** Diszruptív időket élünk. Itt a PSD2. Az erre való felkészülést ugyan lehet húzni-halasztani, de azért előbb-utóbb mégiscsak bevezetésre kerül. Kihozza a fényre a háttérfunkciókat. Megváltoztatja az e-kereskedelmi szereplők életét. Beszéljünk most őszintén:

1. Azonnali fizetés (2020. április)
2. Erős ügyfélhitelezés (SCA) Anomália: Az SMS-megerősítés nem lesz elég. Be kellene vezetni a biometrikus megerősítést. Vajon az ügyfelek felkészültek ennek fogadására?
3. De mi az e-pénz hatása? Résztevők: banki szakemberek és e-kereskedelmi szakemberek.
4. Kinél és hogyan jelenhet meg a versenylőny?
5. Hova teszik a bankok és a kártyások a költségeket?

Résztevők:

**Nagy Barnabás** (Barion),

**Patai Zoltán** (Netpincér),

**Horváth Attila** (Big Fish),

**AI-Absi Gábor Seif**

(Simple),

Vezeti:

**Domokos Szilárd**

## Lila terem

19.50–20.30

Fórum

**A display haragja, avagy van-e élet a programmatic-on túl? Meddig növekedhet? Van-e esélyünk a kampányokból kihagyni a programmatic-ot?**

Résztevők:

**Mondovics Péter**

(MasterCard)

**Németh Richárd**

(Ringier Axel Springer)

**Sólyom Balázs** (UPC),

**Bognár Vera** (Nestlé),

**Gazsó Gábor** (Evomedia)

Vezeti:

**Lengyel Zoltán**

(SberBank)

**Figyelem, a témák további megvitatása másnap folytatódik a lila teremben 12:10-től.**

## Fehér terem

A határtalan kereskedelem pedig már nem csak a hirdetési büdzsénkből visz el pénzt, hanem a teljes gazdaságból.

Tavaly már 40%-a a kereskedelemnek a külföldön vásárolt áruké volt. A Google Shopping idei bevezetése ezt utóbbi növekedését csak gyorsítani fogja. A televíziós reklámárak szintje szintén befolyásolja az online marketing árát. Hát ebben a környezetben vizsgáljuk meg a brand safety és társai kérdéskörét.

Résztevők:

**Paraszkevpulosz Natali** (Nestlé),

**Sopov István**

(Adaptive Media),

**Németh Iván**

(ADS Interactive)

**Pintér Róbert** (4Kids),

**Ügynökség képviselője**

Vezeti:

**Kőszegi András**

## Zöld terem

19.25–20.10

Fórum

**Mi lesz veled távközlés? Merre tovább, hogyan tovább?**

Vitaindító:

**Budai J Gergő**

(Vodafone)

Résztevők:

**Kövesi Gabriella**

(Magyar Telekom),

**Budai J Gergő**

(Vodafone),

**Kőrösi Gábor** (Telenor),

**Cserép Gergely** (Digi),

**Tarr János** (Tarr Kft.),

**Beke Nándor** (NMHH),

**Kis Gergely** (eNet)

Vezeti:

**Holló Márta**

## Piros terem

**Miért legyek áldás, ha lehetek átok is! Születésnap buli!**

**Punnany Massif koncert – Dévényi Tibi bácsi retro diszkója – Vegas Show Band koncert: Keringőtől a pogóig**

Éjfélkor: Thunkay Parthy, vörösboros marhapörkölt sok szafttal, fehér kenyérral és savanya. Születésnap torta.

Egy este a bevállalósoknak, a narciszoknak, a hercegnőknek és a kentauroknak

Az esti buli támogatója a **L!fe**