

2017. szeptember 26. **kedd**

10.00–10.15 Megnyitó	Megnyitó Előadó: Karas Monika (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság)
10.20–10.35 Előadás	Gondolkodj rugalmasan! Az 5G-vel kapcsolatban a szolgáltatók két nagy hibát követhetnek el: nem tulajdonítanak túl nagy jelentőséget az 5G-nek, mondván, bőven van időnk, még a technológiára vonatkozó szabványt sem véglegesítették, vagy támogatják/részvesznek az 5G körül kialakult „felhajtást(ban)/divatkampányt(ban)”. A Magyar Telekom egyik hibába sem szeretne beleesni. Előadó: Christopher Mattheisen (Magyar Telekom)
10.35–10.50 Előadás	Jó időben jó helyen: célcsoportra szabott tartalmi innovációk (hír, sport, gasztró). A digitális és integrált tartalom stratégiájába illesztett akvizíciók és fejlesztések – a felhasználó szemével. Előadó: Varga Zoltán (Central Média csoport)
10.50–11.05 Előadás	A felforgató megjelenése és felismerése. Innovatív megoldások megjelenése a piacon. Mi a különbség a technológiai és az üzleti innováció között? A villanyautó technológiai innováció, az Uber pedig „csak” üzleti. Már nem csak a műszaki, hanem az üzleti technikák is egyre gyorsabban fejlődnek; ezekről is lekéssünk, ha nem vigyázunk. Melyik mire jó; hogyan hat az életünkre, milyen üzleti lehetőségeket tartalmaz? Mi alapján lehet felismerni, hogy ki lehet a felforgató? Jósolatok a digitális korban. Előadó: Pogácsa Zoltán
11.05–11.20 Előadás	A „hivatásos” felforgatók: smart data, fintech, kriptovaluták, 5G. A pénzforgalmi szolgáltatások egységesítése (PSD2), az adatkezelés egységesítése (GDPR), az AR-VR elterjedése, az 5. generációs mobil technológia. Az internet átalakul, hasít az IoT és az m2m. Az 5G pár év múlva mindent átalakít – a lemaradás ellen a legjobb védekezés a naprakész tudás és az összehangolt cselekvés (állam, piac, akadémiai szféra). Előadó: Jakab Roland (Ericsson)
11.20–11.35 Előadás	A Digitális Jólét program a felforgató világban Előadó: Deutsch Tamás (Miniszterelnöki Kabinetiroda)
11.35–11.50 Előadás	Ne vágd ki az erdőt! Párhuzamok a természet és a piac törvényszerűségeiben. Imposztorok, távgógyítók, fake news. Orvosok, befektetéskezelők, gyógyszereszek panaszkodnak: sok a hamis hír, amelyek helyretételére, tisztázására rengeteg idejük elmegy. Vigyázzunk, ne veszítsük el piacterünk hitelességét; építsük és tartsuk meg a bizalmat. Sok apró lépéssel lehet előre jutni, egy rossz lépéssel pedig sokkal nagyobbat hátra. Olyan, mint egy erdő, amely lassan fejlődik, de gyorsan ki lehet vágni. A piac ökoszisztémájának – akárcsak az erdőnek – rendje van. Az előadás az erdő és a piac működésének szabályai közötti párhuzamokat elemzi. Előadó: Benkő Vilmos
11.50–12.05 Előadás	A biznisz kultúrája Előadó: Juhász László (Boston Consulting)
12.05–12.20 Előadás	Felforgató állam. Az állam szerepe az innovatív technológiák támogatásában és a technológiai trendek felismerésében IoT, 5G és a Szuper gyors Internet Program – merre tovább 2020 után? Előadó: Solymár Károly Balázs (NFM)
12.20–12.35 Előadás	El tudod engedni a tegnapot? Milyen lesz a piaci verseny a digitális korban? Gyorsabb? Felelőtlenebb? Koncentráltabb? Hogyan tudunk felkészülni rá? Mikor látjuk meg a lényegét? A változashoz te is kellesz. (Nem) diszruptív igazságok egy tapasztalt, szilícium-völgybeli befektető szemével. Előadó: Horváth László (virtualincubator.us, Active Media, USA)

A programelőzetes a 2017. szeptember 18-i állapotot tükrözi, de folyamatosan fejlődik.

Kérjük, kísérje figyelemmel a
www.internethungary.com weblapon!

A konferencia szervezői a program változtatásának jogát fenntartják!

„Kreatív fiatalok” sorozat: fiatalok, energikusak, határtalanul kreatívak. Még nem korlátozza őket semmilyen negatív életpaszta. Tanulhatunk tőlük.

Akár a példaképeink is lehetnek. Én őszintén felnézek rájuk. Felkértem őket, hogy mutassák be azt a területet, ahol már bizonyítottak. Ők talán nem késnek el „mindig mindenről”. Ők még épp időben vannak.

Az előadásait külön jelöltem: „Kreatív fiatalok”

De kik azok a felforgatók?

Felforgatónak tekinthetjük azokat a piaci szereplőket, amelyek – új belépőként vagy egy új technológiai vagy üzleti innovációt alkalmazva – drámai mértékben átalakítják az adott piaci szegmens évtizedek alatt kialakult viszonyait (diszrupció). Régebbi példákkal élve ilyen volt a gőzgép és az autó megjelenése, vagy később a CD, a DVD, a digitális fényképezők, a mobiltelefon vagy a GPS elterjedése. Ma pedig ilyennek tekinthetjük a legtöbb sharing economy céget, a fintech-et vagy az 5G-t. Terjedésük sebességét gyorsítja, ha a döntéshozók korán felismerik jelentőségüket és időben megalkotják a szükséges háttér szabályozást. Ilyen a GDPR (Európai Általános Adatkezelési Rendelet), valamint az online fizetés liberalizációját is lehetővé tevő PSD2. Ezek a pénzügyi szektor mellett (bankok, biztosítók stb.) a kereskedelemre, a marketingpiacra, sőt a médiára is erős, sőt ki merem jelenteni: drámai hatással lesznek.

Kék terem

Dataklizma – Adatinvázió
Adatok piaca

12.35–12.45
Előadás
Késésben vagy? Merre tart a smart data a következő 2-3 évben? A Google és a Facebook időben kezdte... de talán még nem vagyunk végleg lemaradva. És te?
„Kreatív fiatalok” sorozat
Előadó: **Hampuk Richárd** (Person)

Citrom terem

Érzelemmarketing
Betalált mondatok

10.30–10.45
Előadás
A digitális kor reneszánsz embere. Hogyan lehet felismerni, hogy hol tart érzelmileg a társadalom, egy csoport és az egyén? Miért vagyunk érzékenyek és gyakran érzelmileg gyengék? Érzelmi kötődések.
Előadó: **Aczél Petra**

Narancs terem

Reklám és hirdetés

Megcélzott tömegek és a minősített vásárlók

10.30–10.45
Előadás
Online reklámpiac: állandó változásban. Hogyan változott az online hirdetési eszközök használata az elmúlt évek költési arányainak tükrében? Tendenciák és prognózis.
Előadó: **Sopov István** (IAB)

Lila terem

Commerce Hungary

Utak a vásárlóhoz – bővítsük
Rövidülő értékesítési láncok

Az (e-)kereskedelem evolúciós folyamatai

10.30–10.45
Előadás
A lángossütőtől a memphis gyöngyig – Avagy mit ér a konfliktokcsói egy autósztárnán?
Vezeti: **Kis Ervin Egon** (SmartCommerce Consulting)

Zöld terem

Felforgatók és innovátorok

A fintech csodálatos világa
és az online fizetés liberalizációja

Fintech a CIB Bank támogatásával

10.30–10.45
Előadás
A felforgatók összekapcsolódnak! Az átalakulási folyamat felgyorsul: Fintech, szabályozási változások (pl. bankszámlanyitás személyes jelenlét nélkül, magasabb szintű perszonalizáció), adatkezelés.
Előadó: **Kóráz Tamás** (KPMG)



Kék terem		Citrom terem		Narancs terem		Lila terem		Zöld terem	
14.10–14.20 Előadás	Amikor csak azt hiszed, hogy érted az adatot, de közben rosszul teljesítesz – nem csak az adatnak kell smartnak lenni, hanem neked is. Előadó: Dojcsák Dániel	12.50–13.00 Előadás	Vírusmarketing. Mitől billen át egy téma és kezd el örülten terjedni a közösségi médiában? Van erre valami törvényszerűség, használati utasítás, vagy csak a vakszerencsén múlik? (Gangnam Style, Ice Bucket Challenge, ASMR, fidget spinner, Despacito, stb.) Előadó: Ólveczky Tamás (Be-Social)	13.10–13.25 Előadás	OTC specifikus trendek a digitális kommunikációban, avagy miként kezel a gyógyszeripar a digitális eszközökben rejlő lehetőségeket. Előadó: Szlávik Péter (Servier)	12.35–12.45 Előadás	Infografikák a vásárlót szolgálva Előadó: Csukás Zsuzsanna (Sellmore)	12.35–12.50 Előadás	Az online fizetés liberalizációja. Milyen hatással lehet az online fizetés liberalizációja pl. a banki világra? Milyen versenyipiaci változást hozhat a fintech a pénzügyi szektorban (utalások) piacán? Előadó: Bíró Tamás (Barion)
14.20–14.35 Előadás	Készülj fel a jövőre, bármit is hoz! Miben tud segíteni a jövő-kutatás? Mikor kell és hogyan lehet felkészülni egy radikális változásra? Piacot felforgató technológiák. „Kreatív fiatalok” sorozat. Előadó: Monda Eszter (Jövőkutató)	13.05–13.15 Előadás	Hogyan lehet mérni az influencer marketing hatásfokát? Előadó: Perjés Tamás (TNS)	13.25–13.40 Előadás	Mi rövidül: az értékesítési lánc vagy a vásárlási döntésig tartó idő? Előadó: Lunczner Ádám (Mindshare)	12.45–12.55 Előadás	Az ügyfél idejét rabolni tilos! A legjobb szándékú ügyfélkezelést is elronthatja egy-egy gyenge láncszem. Ha sokat kel vámi, lassú a válaszidő, kedvetlen az értékesítési vagy ügyfélszolgálati munkatárs. Előadó: Fábián Levente (Auchan)	12.50–13.05 Előadás	Ki lesz a bankvilág Amazonja? Mi mindent tudhatnak rólunk a bankok, és hogyan lehet a tranzakciós adatokat nem hagyományos adatforrásokkal – például az okostelefonunk lokációs adataival – vagy/íve pontosabb képet kapni a viselkedésünkről, illetve az aktuális igényeinkről? Miként tudnák a bankok az így kirajzolódott profilok alapján azonnali, célzott mikrocampányokkal megtalálni az ügyfeleket? Hogyan válhatnak a pénzügyi szektorban a dűbörgő digitális értékesítési gépezetekké, mint az Amazon? Előadó: Bodnár Béla (W.U.P)
14.35–14.50 Előadás	Digitális transzformáció az UX-en túl. Az üzlet az alapoktól újragondolva. Előadó: Arany János (SAP)	13.15–13.30 Előadás	Álljunk készen az ügyfelek befolyásolására! Használjuk ki lehetőségeinket. Előadó: Ewelina Ciach (SAP, Lengyelország)	13.40–13.55 Előadás	Tudod, hogy hogyan hat a média-mix-ed az online valamint offline eladásaidra? Előadó: Nagy Marcell (Maxus)	12.55–13.05 Előadás	Mit gondolnak rólad az vásárlóid? Hogyan bizonyosodhatsz meg arról, hogy a megfelelő felhasználói élményt biztosítod minden csatornádon? Előadó: Szabó Edit (Bare International)	13.05–13.15 Előadás	A hitel lélektana. Miért vásárolunk nagyobb hajlandósággal hitelre? Felelőtlenségből? Az azonnali birtoklás vágya miatt? A sok kisebb pénzügyi elköltése nem annyira zavaró? Előadó: Almásai Kitti (pszichológus)
14.55–15.05 Előadás	Az adatok kettős arca. Kreatív adatértelmezés. Ténynek tűnik, de félre is vezethet – mi az? Előadó: Kerék Zita (Isobar Budapest)	13.30–13.45 Előadás	Érzelem-mérnökök Előadó: Ottlik Dávid (Synetiq)	13.55–14.05 Előadás	Az internetes kampány, mint online kutatás? Milyen értékes adatok keletkeznek egy online reklámkampány során, és használják-e a hirdetőket az így szerzett összes információt? Előadó: Tatár István (PanMedia)	13.05–13.15 Előadás	Hogyan változtatja meg a digitális tér a vásárlót? Milyen klaszterekbe sorolhatóak szokásaik és igényeik szerint a vásárlók? Hogyan változik a digitális világban az offline és online vásárlási magatartás? Előadó: Bujdosó Bianka (ACG)	13.05–13.20 Előadás	A hitel lélektana. Miért vásárolunk nagyobb hajlandósággal hitelre? Felelőtlenségből? Az azonnali birtoklás vágya miatt? A sok kisebb pénzügyi elköltése nem annyira zavaró? Előadó: Almásai Kitti (pszichológus)
15.05–15.15 Előadás	Munkavállalók adatai. Hogyan lehet az adatok segítségével megtalálni, hogy egy cégen belül hol vannak a kényes és a gyenge pontok? Előadó: Sági György (Bondweaver)	13.45–14.20 Előadás	Tények közt az érzelem. Mikor indokolt és mikor nem az érzelmek megjelenítése a sajtóanyagokban? Vajon a sajtószövegeket is érzelmeid dűsan kell írni? Mikor? Hogyan? Résztvevők: Grósz Judit (Microsoft), Horváth-Magyar Nóra (K&H Bank), Pálfalvi Márta (Heineken), Maczelka Márk (Spar), Suba János (Vodafone), Vezeti: Lengyel András (Atmedia)	14.05–14.15 Előadás	Az „öngyógyítók” média választása, avagy egy OTC kutatás insight-jai. Egy növekvő fogyasztói tábor bizonyos betegség tünetek jelentkezésekor szakértői konzultáció nélkül keres megoldást a problémára és vásárol OTC termékeket. Kutatásunk arra keresi a választ, hogy mely médiatípusokkal tudjuk elérni a döntési folyamat fázisaiban a fogyasztókat, építve az egyes médiumok eltérő funkciójából adódó szinergiákra. Előadó: Maár Orsolya (Maximize)	13.15–13.25 Előadás	A gondolatolvasó AI. Hogyan találja ki a vásárló gondolatait a mesterséges intelligencia? Ajánló rendszerek Big Data alapon. Előadó: Szántó Péter	13.20–13.35 Előadás	A Peer to Peer hitelezés hétköznapjai. Magánszemélyek direktben adnak kölcsön magánszemélyeknek. Előadó: Miroslav Esser (Creative Dock, Csehország)
15.15–15.30 Előadás	Hogyan kell 1 óra alatt begyűjteni a releváns B2B adatokat? Előadó: Igor Panjan (Szlovénia)	14.20–15.00 Fórum	NőComment – Érzeleink tengerében. A NőComment! egy rendhagyó talkshow-sorozat a legnagyobb hazai sztárok részvételével, amely túlmutat a hagyományos női témákon. Résztvevők: Hadas Krisztina, Kovács Patrícia, Liptai Claudia, Risztov Éva, Tatár Csilla A férfivendég: Linczényi Márkó TMC produkció	14.15–14.25 Előadás	Hol lehet a célcsoportom? Előadó: Csizmádia Ildikó (Adaptive Media)	13.25–13.45 Előadás	A vásárlók mindig „sáros lábbal” közlekednek. A vásárló akarva-akaratlanul mindenütt otthagya digitális lábnyomát. A vevő offline és online mozgásait tükröző adatokat összekötve létrejön a retail és az online marketing találkozás. Így megérthető a vásárlók csatornafüggetlen vásárlási szokásai és hajlandóságai. Előadó: Jožo Kováč (Exponea)	13.35–13.45 Előadás	A készpénztől a kriptovalutáig. Az online fizetés múltja és jövője. Előadó: Andrási Gábor
15.30–15.40 Előadás	Adatválasztás. Hogyan döntünk el, hogy a rengeteg adatból melyeket építsük be a folyamatba? Előadó: Arató Bence (BI Consulting)	Content Hungary Tartalomértékesítés a digitális korban		14.25–14.55 Előadás	Algoritmuskok a rendszerben. A fizetett és az organikus fejlődés algoritmusaik megalkotása. Előadó: Larry Kim (WordStream, USA)	13.45–14.15 Előadás	Hatékony értékesítési láncok a marketing és a sales közvetlen összekapcsolásával. A másnapi workshop megalapozó előadása. Előadó: Pam Dider (USA)	13.45–13.55 Előadás	Automatizált fintech megoldások KKV-k számára. Előadó: Barits János (Wyze.me)
15.40–15.55 Előadás	Fotóból, betűfelismerés. Aból pedig Braille író. Avagy hogyan kell a nyomtatott betűt, egy mobil segítségével a vakok és gyengénlátók számára hozzáférhetővé tenni? Előadó: Fülöp Ádám „Kreatív fiatalok” sorozat.	15.00–15.10 Előadás	Tartalmak többdimenziós megjelenítése. A tartalomgyárak új felépítése. Előadó: Óhidi Zsuzsa (Marquard Média)	14.55–15.05 Előadás	Kevesebbet kell-e foglalkozni a fogyasztóval, ha rövidebb lett a vásárlói út? Előadó: Gizella Andrea (MediaCom)	Figyelem! Másnapi workshop! 5 egyszerű lépés – az értékesítés hatékonyságának növelése az értékesítés és a marketing összekapcsolásával. Vezeti: Pam Dider (angol nyelven) Jelentkezni lehet: internethungary.com/registracio		13.55–14.05 Előadás	Íme egy új bank, amelyik nem bank. Hogyan működik egy pénzforgalmi szolgáltató, azaz egy „bank”, amelyik a szó hagyományos értelmében nem bank? Hitelintézeti számlavezetés kontra rugalmas pénzforgalmi szolgáltatások. Az elérhetőség és a reaktív idő értéke a mai világban. Előadó: Vizi Tamás (Virpay.eu)
						14.15–14.25 Előadás	Az Online Trade Marketing segít győzni az e-commerce utolsó mérföldjén – a termék oldalakon. Hogyan ötvözzük a CRO (Conversion Rate Optimization) elméletét a legújabb technológiákkal és a klasszikus trade marketing stratégiákkal? Előadó: Kerekes Péter (TEN.media)	14.05–14.20 Előadás	Mit jelent a PSD2 a gyakorlatban? Kinek mit jelent, hogyan érinti a banki és e-kereskedelmi szektort? Valóban ez lesz az online fizetés liberalizációja? Mi lesz a hiddal, vagyis a PSP-ekkel? Előadó: Kis Gergely (eNET)
								14.20–14.35 Előadás	Hogyan találkozhat a hazai online hitelgyényes a fintech lehetőségekkel? Előadás: Ákos Tamás (CIB Bank)

**Kék terem**

- 15.55–16.05
Előadás
Data science. Hogyan működik egy adatokat feldolgozó projekt? Az ötletől az üzemszerű működésig.
Előadó: **Körmendi György** (Clementine)
- 16.05–16.15
Előadás
Ki tud többet a másokról? Használják-e a cégek big data elemzéseket, és ha igen, milyen adatokat és milyen módon elemeznek?
Előadó: **Sági Ferenc** (NRC)
- 16.15–16.30
Előadás
Csinálj terméket az adataidból! Amikor az adataiddal fizetsz. Az adatok értéke és valódi piaca. Nincs ingyen levelezés és nincs ingyen közösségi oldal sem – mit kérnek tőled az adatsíló?
Előadó: **Szigetvári József** (Szallas.hu)
- 16.30–16.45
Előadás
Megnézzük a fényképet, és megmondjuk hogy ki vagy. Mitől lesz egy arcból személy? Mit jelent az arc-személy összekapcsolás? Egyáltalán miért jó, ha gépi látásmóddal támogatott adatbázist építünk?
Előadó: **Répászky Lipót** (Almyra-Digitfilm)
- 16.50–17.05
Előadás
Small consumer big data – van, ami nem a szerencsén múlik. Miért épít egy különleges termékportfólióval bíró monopólium ügyfél- és potenciális ügyfeleket is tartalmazó adatbázist? Az adatbányában rejlő lehetőségek és a gyors insight-ok mellett milyen más célok képzelhetők el? Hogyan fejleszhető az ügyfélméret és hogyan növelhető a lojalitás ezzel az eszközzel, akár közvetlenül?
Előadók: **Szomszéd Orsolya** (Szerencsejáték) és **Székely Levente** (Kutatópont)

Citrom terem

- 15.10–15.25
Előadás
A rövidülő értékesítési lánc hatása a médiapiacra. Milyen új hirdetési és egyéb megoldások születnek? Milyen új pozíciókat igényelnek a változások az ügyfél- és az ügynökségi oldalon?
Előadó: **Török Judit** (MediaCom)
- 15.25–15.40
Előadás
Hogyan számolnak a KKV-k, amikor a hirdetés büdzséjéről és módjáról döntenek? Milyen bekerülés mellett milyen konverziót várnak? Az azonnali érdek mindig erősebb. De hogyan reagálnak erre a médiások?
Előadó: **Filó Angéla** (Diego)
- 15.40–16.10
Pro/kontra
Instant konverzió: blöff vagy valóság? Valóban lehet a médiafogyasztóból azonnal vásárlót „csinálni”? A kereskedők és más hirdetőik új útjai a vásárlóhoz. Hogyan találhatja meg új helyét az online sajtó? Pro/kontra.
Résztevők:
Szedes Péter (FastBridge),
Rusvai Richárd (CM Sales),
Ziegler Gábor (Index) és/vagy
Juhász Péter Tibor (MT)
Vezeti: **Tisztartó Titusz**
- 16.10–16.25
Előadás
Minősíthetetlen számok
Előadó: **Maróy Krisztina** (Glamour)
- 16.25–16.35
Előadás
Megszerettetni a megkerülhetlent. Hogyan lehetne megszerettetni a tartalomfogyasztást a webes (közösségi médiás) tartózkodás során.
Előadó: **Pácsonyi Daniella** (NLCAfé)
- 16.35–17.05
Pro/kontra
Új médiahatékony mutató? Fantáziáljunk! Hányan látták a tartalmat? És hányan olvasták végig? Értelmezhető-e a klikkelések száma és az olvasással töltött idő hányadosa egy új hatékonysági mutatóként?
Beszélgetnek:
Kovács Nándor (MGroup),
Gandera Balázs (Intren),
Mondovics Péter (MasterCard),
Hegyi Kálmán (CMSales)
Vezeti:
Pajor Attila és **Jobbágy Tamás**

Narancs terem

- 15.05–15.30
Fórum
Van-e élet az RTB-n kívül?
Résztevők:
Dunai Zsolt (CIB Bank),
Filó Angéla (Diego),
Nagy Barnabás (Magyar Telekom)
Vezeti:
Barnóth Zoltán (MGroup)
- 15.30–15.50
Előadás
Gyűlés – Rajongás – Kaszálás Erzsi. Tanulságos történet a véleményformálók erejéről és az elefantcsont toronyról, a közvélemény ingadozó voltáról és a gyermeki rajongásról. Számok! Eredmények! Earned media és bubble effect. Személyes, de szakzerű beszámoló arról, hogy milyen volt a kampány belülről, amely felrobbantotta az internetet.
Előadók:
Balázs Andrea (Kasszás Erzsi),
Dárdai Adrienn (CBA),
Uhrin Viktor (Umbrella)
- 15.50–16.25
Fórum
A politikus is termék. Mit tanulhatunk a politikai kampányoktól? Politikamentes beszélgetés a politikai kampányok és a reklámkampányok összehasonlításáról: időzítés, eszközök, stratégiai kérdések és taktika.
Vitaíró: **Filippov Gábor** (CEU)
Erős Attila (Fastbridge),
Faludi Péter (Havas Média)
Vezeti: **Lengyel András** (atmedia)
- A tisztavirág reputációja és brandje**
- 16.25–16.40
Előadás
A tisztavirág reputációja. Mi a fontosabb: a brand guide vagy az, hogy folyamatosan elérjük a reklámfogyasztót/vásárlót? Legyen kapcsolat a brand és a reputáció között!
Előadó: **Szabó Béla** (Magyar Telekom)
- 16.40–16.55
Előadás
Márkamegtartási és -erősítési szempontok a megnövekedett piaci versenyben.
Előadó: **Pataky Piroska** (MasterCard)

Lila terem

- 14.25–14.40
Előadás
A sutfinból induló globális diszruptió. Hogyan alapítsunk és futtassunk globálisan felforgató üzleti modelleket szolgáltatás alapú infrastruktúrára alapozva?
Előadó: **Rok Magister** (SAP, Lengyelország)
- 14.40–14.50
Előadás
Hogyan növelhető a vásárlás görbületenélküli boltban? A több csatornán (online, offline) üzemelő kereskedők új kihívása: az online-nál jól bevált technológiák hagyományos üzletbe történő adaptálása. Milyen technológiák szükségesek ehhez? Van-e rá vásárlói igény?
Előadó: **Deák András** (NWE)
- 14.50–15.00
Előadás
Cseréljünk, vagy tuningoljunk? Mit lehet kezdeni a régi rendszereinkkel? Milyen megoldással valósítható meg egy sikeres omnichannel projekt?
Előadó: **Hoffmann Bence** (Shiwaforce)
- 15.00–15.35
Beszélgetés
Sikeres kereskedelem = omnichannel? Csak azok a kereskedelmi cégek lehetnek sikeresek, amelyek az offline és online rendszereiket egyben tudják tartani - a közösségi médiától a marketingig bezárólag. Ne adj' isten még a számlázás és a könyvelés is... Erre fogunk most jó példákat látni: vevőszerezés, menet közbeni optimalizálás.
Vitaíró:
Szomolányi Márk (Auchan)
Résztevők:
Pöhacker Gábor (Media Markt),
Kabarcz Balázs (Dechatlon),
Kiss Péter (eMag)
Vezeti: **Kerti Attila** (Maximize)
- 15.35–15.45
Előadás
Digitális márkaépítő kampány, amely 1 nap alatt több milliós offline bevételt hozott. Tettünk egy kísérletet: csak digitális eszközök használatával megpróbáltuk a tínket bevinni az Árkádban található hivatalos Converse boltba.
Előadó: **Probáld Attila** (HPS)
- 15.45–15.55
Előadás
Hogyan tartsd a kapcsolatot a hűségeseiddel? Publikus/Direkt Marketing
Előadó: **Brenkus Krisztián** (Auchan)
- Marketing és sales**
- 16.00–16.10
Előadás
Az optimum keresése. Az optimum képlete. Hol vannak azok a pontok, ahol nem költöd a teljes profitod marketingre, hírlevélre, Facebookra, SEO-ra, Adwords-re, fejlesztőkre, valamint tranzakciós és főképp: logisztikai (átadás, kiszállítás stb.) díjakra, mégis lépeést tartasz az ezer és egy konkurenciával?
Előadó: **Pereszlényi Zoltán** (Magyar Telekom)

Zöld terem

- 14.35–14.50
Előadás
Hogyan nyúl a fintech-hez egy digitális bank?
Előadó: **Hegedűs Éva** (GRÁNIT Bank)
- 14.50–15.00
Előadás
A fintech csodálatos találkozósa a trading szektorral? Hogyan találkozhat a loyalt rendszerek a personalizációval? Fantáziáljunk! Az azonnali elszámolás problémáitakja.
Előadó: **Mondovics Péter** (MasterCard)
- 15.00–15.10
Előadás
Pénzmozgatás fintech-módrá
Előadó: **Jósvai Tamás** (OTP eBiz)
- 15.10–15.20
Előadás
Hogyan kapcsolható össze a dinamikus árazás a marketinggel és az online fizetéssel?
Előadó: **Tuza Norbert**
- 15.20–15.30
Előadás
Mi a több? 5% kamat, vagy 15% árkedvezmény?
Előadó: **Bucsky Péter**
- 15.30–16.10
Előadás
Milyen előnyökkel járhat a kereskedők számára az online fizetés liberalizációja? Valóban ki lehet majd hagyni a bankokat? Ténylegesen lehet bárkinek pl. a loyalt rendszerében banki tevékenysége? A vásárlót mivel lehet érdekelni tenni abban, hogy éljen a fintech adta lehetőségekkel – és legalább annyira bízson a kereskedő alkalmazásában, mint a bankéban?
Résztevők:
Hetényi Márk (MKB Bank),
Hegedűs Éva (GRÁNIT Bank),
Bodnár Béla (W.UP),
Ákos Tamás (CIB Bank),
Kis Gergely (eNET)
Vezeti: **Baló György**
- Szélessávú szórakoztatás (Másnap is folytatjuk!)**
- Egy újabb felforgató: Esport!**
- 16.10–16.20
Előadás
Az okostechnológia hatása az Esport fogyasztásra
Előadó: **Szalai Ádám** (IKO Digital)
- 16.20–16.30
Előadás
Csillag vagy üstökös: e-sport a tartalompiacra Miért van az, hogy a tartalomfogyasztók hagyományos médiára alig-alig költenek, de ugyanakkor akár havonta kifizetnek tízezer forintokat, hogy szabadidejüket a videojátékok világában tölthessék?
Előadó: **Tischler Márk** (OTT-ONE)

**Kék terem**

17.05–17.20 Előadás	Eladó adatok: Hogyan változnak a média üzleti modelljei az adatok világában? Mennyi idő kell az adatok megszerzésére? Előadó: Rusvai Richárd (CM Media), Szabó Ferenc (IkoDigit)
17.20–17.30 Előadás	Nagy értékű termék – nagy értékű adat. Forrong az ingatlanpiac, a megbízható adat itt is egyre nagyobb érték. Mit érdemes figyelni egy változó piacon? Mire következtethetünk a lakásárak változásából, és hogyan használhatjuk ezt a tudást? Előadó: Balogh László (ingatlan.hu)
17.30–17.40 Előadás	Adatot adok, veszek: az adat eladható változatának előállítására. Az egyik legnagyobb kérdés tán, hogy kinek a feladata ezt a kapacitást és szakértelmet biztosítani és kinek a büdzséjéből kell kifizetni. Előadó: Király Anita (Cafe Communication)
17.40–18.00 Előadás	Az új olajkincs: az adat. Az adatok fehér, szürke és fekete kereskedelme. Kinek kell birtokolnia a vásárlói és a fogyasztói adatokat? Előadó: Eric Bärenzung (EU – Németország)
18.00–18.30 Előadás	Hogyan működik az ész e-Residency? Életünk nagy részét a digitális térben töltjük, de annak általunk ismert része csak a jéghegy csúcsa. A dark és a deep web világával szemben áll az ellenőrizhető személy-azonosság igénye: Észtország elsőként vezetett be „virtuális személyi igazolvány”-t, az e-Residency-t. Az előadás a bevezetést és üzemeltetés gyakorlatát mutatja be. Előadó: Kaspar Korjus (e-Residency, Észtország)

Citrom terem

17.05–17.15 Előadás	Késésben vagyok! Márkaépítés és verseny egy átalakuló hírpiacra – hogyan lesz kifejező a szerkesztői függetlenség? Előadó: Szigeti Péter (24.hu)
17.15–17.25 Előadás	Éhezők viadala a világhálón. Tudatos internethasználati kultúra hiányában ma az „igazság” az birtokolja és közvetíti, aki hangosabb; az láthatóbb, létezőbb, aki erőszakosabb. Előadó: Gégyény István
17.25–17.50 Előadás	Az állandó helyesbítés kényszere. Szakmai képviselők, akik nap mint nap találkoznak a civil média és az önjelölt szakértők káros mellékhatásaival. Orvos: Horváth Tamás (Egészség Kommandó) Gyógyszeripar: Beke Zsuzsa (Richter Gedeon) Bankipar: Concord képviselője Opponál: Lukács Katalin (Centrál Média csoport)
17.50–18.25 Fórum	A hitelességi deficit minden kinek árt. Mit tehetnek a gazdasági szereplők, akiknek éppoly fontos a digitális tér hitelessége, mint a felhasználóknak vagy a médiának? A társadalmi felelősségvállalás általános gyakorlása már nem elég... Részvevők: Beke Zsuzsa (Richter), Gulyás János (MEC), Horváth Tamás (Egészség Kommandó), Kutas István (Telenor) Vezeteli: Gundel Takács Gábor

Narancs terem

16.55–17.10 Előadás	Ami megeszi a stratégiát reggeli-re. Márkák pozicionálása a digitális térben. Egy márka hosszútávú pozíciójának megtalálása komoly munka, de nem egyszeri feladat: a digitális térben nemcsak folyamatosan őrizni kell a kialakított márkaerőt, hanem dinamikusan változtatni is, ahogy a napi üzlet megkívánja. Előadó: Molnár Csaba Gábor (Young & Trinity)
17.10–17.25 Előadás	„Brandformance”: hogyan építsünk és adjunk el állandó brandet dinamikus környezetben? Előadó: Darázs Attila (Addict)
17.25–17.40 Előadás	Márkaépítés egy automatizációval és botokkal népes, szép új világban Előadó: Szurop István (HVG)
17.40–17.50 Előadás	Cseréld le a márkaépítő eszközeid. Milyen új eszközöket lehet bevetni a márkaépítésre és a változó követelmények függvényében? Előadó: Bródi Gábor (TEVA)
17.50–18.00 Előadás	Márka- és reputációépítés a digitális térben. A márkaérték változása az idő függvényében. Előadó: Varga-Nagy Eszter (IKEA)
18.00–18.10 Előadás	Dinamikus brand. Előadó: Varga-Hering Zsuzsanna (Telenor)
18.10–18.20 Előadás	Itt kell lenned, hogy elhidd? Előadó: Bánhegyi Zsófia (MTÜ)
18.20–18.30 Előadás	Ha innen nézem, kulturális tartalom, ha onnan nézem, reklám. Lehet-e úgy tudatosan kulturális élményt létrehozni, hogy azt egy márka fejleszti? Milyen egy briefre írt színdarab? Előadó: Gosztonyi Csaba (Carbon Group Communication)

Lila terem

16.10–16.20 Előadás	Advanced measurement systems. Milyen új mérésekre van szükségünk ahhoz, hogy megfelelően tudjuk követni a felhasználót a teljes vásárlási folyamat során? Milyen újdonságok vannak a piacon? Mi jó, mi nem jó, mire érdemes a jövőben jobban figyelni? Előadó: Zengő Zsombor (MediaCom)
16.20–16.30 Előadás	Márkaépítés vs. az értékesítés növelése. Hogyan egyensúlyoznak a marketingesek a márka- és presztízsépités, illetve az értékesítés-támogatás között. Előadó: Vihari Balázs (Renault)
16.30–16.40 Előadás	Cross-device konverziók. Hogyan mérhető, ha valaki mobilon tájékozódik, de desktopról vásárol? Előadó: Szabó Balázs (HD Marketing)
16.45–16.55 Előadás	Trendek és fejlődések Előadó: Catalin Dit (eMAG)
16.55–17.25 Beszélgetés	Többdimenziós piacterek. Mono- és multibrand retailer az online piacereken. Marketplace, marketplace-en belistázott retailer, illetve nem belistázott retailer képviselőjének beszélgetése. Részvevők: Catalin Dit (eMAG), Németh Norbert (Tchibo), Kanyó Roland (DM), Rédey Iván (Mall.hu) Vezeteli: Domokos Szilárd
Logisztika Az ügyfelem ügyfele az ügyfelem!	
17.30–17.40 Előadás	A logisztikai ellátási lánc változása Előadó: Róka László (Magyar Posta)
17.20–17.30 Előadás	Házhozszállítási verseny. Miért könnyebb hazaszállítani Pekingből, vagy Memphisből az árut (5 nap), mint mondjuk a belvárosból (6 hét)? Tanítsuk a vásárlókat az online vásárlásra! Átadópontok használata. Hogyan lehetne az embereket megtanítani, hogy az idejük és a bizniszük többé kerül, mint egy párszáz forintos átadópont használata? Afenti anomáliát kellene feloldanunk. Előadó: Bucsky Péter
17.50–17.55 Előadás	A „contact man”, azaz a futár lelkiállása. Hogyan érhetjük el, hogy a futárszolgálatok átadóembere a céget sajátjaként szerelve, alázattal képviselje a boltunkat? Előadó: Egy izig-vérig futár :-) jön

Zöld terem

16.30–16.40 Előadás	Az esport helyzete világszerte és itthon. Előadó: Biró Balázs György (Esport)
16.40–16.55 Előadás	MTK esport csapata Előadó: Deutsch Tamás (MTK)
16.55–17.05 Előadás	E-sport fogyasztási szokások. Hogyan választanak, mit fogyasztanak, mire vágyanak az e-sport-rajongók? Előadó: Nagy László (Havas Media)
17.05–17.15 Előadás	Izzadságszagú e-sport? A legkevésbé sem. A sportgazdasági és üzleti alapokat szem előtt tartva tör fel a csúcsra és tarolja le a piacot egyes országokban, különböző szegmensekben és más-más fogyasztói csoportokban. S, mit szólnak ehhez a márkák? Alkalmazkodnak. Előadó: Tóth Balázs (Sportsmarketing Hungary)
<i>Az esportban rejlik üzleti és kommunikációs (marketing) lehetőségekről szerda délelőtt folytatjuk a beszélgetést.</i>	
17.15–17.45 Előadás	Harc a TV jövőjéért. TV mindenhol vs. applikációk. Hogyan lehet monetizálni ezek kapcsolatát? Előadó: Alan Wolk (Second Screen Society, USA)
17.45–18.00 Előadás	Szélessávú szórakoztatás. Hogyan tudja támogatni a szélessáv a megnövekedett adatfolyam-igényeket? Előadó: Schneider Henrik (Antenna Hungária)
18.00–18.15 Előadás	Kommunikáció a digitalizáció korában Előadó: Daniel Jäger (Deutsche Telekom)
18.15–18.30 Előadás	Digitalizációs kívánságlista – Meglepetések helyett. Előadó: Kövesi Gabriella (Magyar Telekom)
18.30–18.40 Előadás	A GINOP pályázatok eredményei. Kinek, mennyit, mikor, mi célra? Előadó: Kelemen Csaba (NFM)
18.40–18.50 Előadás	A szürke eminenciás: a SZIP projekt. Sok százezer otthonba e projektnek köszönhetően jut el a széles sávú szolgáltatás. Előadó: Debreceni Győző (NFM)

**Kék terem**

18.30–18.45
Előadás
Az internet sötét oldala. Könnyebb a dolga a hackereknek, mint gondolnád. Gyakorlati óra. Etikus hackerkedés a színpadon.
Előadó: **Páncél Zoltán** és **Szabó Péter** (Silent Signal)

Felkészülés az európai általános adatkezelési rendelet bevezetésére és kezelésére – GDPR a gyakorlatban

18.45–19.00
Előadás
Hozz létre data science csapatot! GDPR: felkészülés az adatok kezelésére cégen belül. Hogyan hozz létre data science csapatot? Hogyan kell a cégeket, a vezetést és a munkavállalókat felkészíteni a GDPR betartására, betartatására?
Előadó: **Georgiu Achilles**

19.00–19.20
Előadás
Az új adatvédelmi törvény: a GDPR bevezetése Európában és Magyarországon. A minden vállalatot érintő adatvédelmi szabályozási változás Európában 2018 májusában lép életbe, ezért már az idén el kell kezdeni a felkészülést. Hogyan kell jogilag és cégvezetésiileg erre felkészülni? Az előadás végén mindenki kap egy feladatlistát.
Előadó: **Keszey Gábor** (Hatházi Üi.)

19.20–19.30
Előadás
A GDPR hatása a médiaügynökségi munkára
Előadó: **Takács Borbála** (Mediabrand)

19.30–20.00
Előadás
A reklámok és a GDPR. Milyen következményei lehetnek a reklámokra nézve a GDPR bevezetésének?
Előadó: **Nemes Ákos** (GroupM)

20.00–20.15
Előadás
A GDPR üzleti szempontból
Előadó: **Ficsor Ádám**

Citrom terem

18.25–18.40
Előadás
A média egy piacfejlesztő, – befektető szemével
Előadó: **Mészáros Csaba** (Evopro)

18.40–18.50
Előadás
Másképp fogyaszt, más üzemetet is vár. Kommunikáció a TOP10.000-re
Előadó: **Karagich István** (Blochamps)

18.50–19.20
Fórum
Másképp fogyaszt, más üzemetet is vár. Kommunikáció a TOP10.000-re. Privátbanki szakemberek és pénzügyi szakértők beszélgetése a vagyonos emberek gondolkodásáról.
Szabó Sándor (MKB BANK),
Régely Károly (Concorde Értékpapír)
Vezeti:
Karagich István (Blochamps)

19.20–19.30
Előadás
Mit adott, adhatott az RTB a médianak?
Előadó: **Szabó Mariann** (Marquard Media)

19.30–20.20
Beszélgetés
Prémium felületek. Hogyan növelhetem a felületeim értékét? A prémium inventory életképessége. Brand safety, zajmentes környezet, láthatóság, tartalom minősége... Tényleg többet fizetnének érte a megrendelők? Hirdetési ár- és értéknövelők.
Hirdetési ár- és értéknövelők.
Résztevők:
Bennó Kata (Adaptive Media),
Dunai András (CM Media),
Gedei Norbert (Blikk.hu),
Lengyel Zoltán (SberBank),
Szabó Mariann (Marquard Media)
Vezeti:
Barnóth Zoltán (GroupM)

Narancs terem

18.35–18.45
Előadás
Sikerek és kudarcok. Lényeg hogy jó arányban legyenek. A Nosalty 2008–2017.
Előadó: **Zalai Ágnes** (Nosalty)

18.50–19.00
Előadás
Márkaérték megőrzése a kreatív ötletel ellopása esetén.
Előadó: **Tóth Orsolya** (IMG)

19.00–19.15
Előadás
A bestia márkája. A márkaszeretet mellett a félelem, a távolságtartás ereje a márkaépítésben.
Előadó: **Böhm Kornél** (Spindoc)

19.15–19.25
Előadás
Vigyázz a kártyavárral! Hiába dolgozunk gözerővel egy márka kialakításán, ha egy gyenge láncszem kerül a rendszerbe. Jön egy rossz tapasztalat, és évek munkája mehet semmibe.
Előadó: **Turi Tamás** (Isobar)

19.25–19.35
Előadás
Márkák mint tévécsatornák: úgy kell gondolkodnia a márkáknak, mint a tematikus tévécsatornáknak. „Always on”-nak kell lenniük, folyamatosan szórakoztató és/vagy hasznos „műsorokat” kell adniuk.
Előadó: **Jedlicska Márton** (Umbrella)

19.35–19.45
Előadás
Z generációs insight – a Z generáció találkozása a márkákkal.
Előadó: **Balogh Barbara** (HPS)

19.45–20.15
Fórum
Reputációmenedzsment a versenypiacon
Résztevők:
Gerendai Károly (Sziget),
Gál Judit (Auchan),
Felkai György (ENKSz)
Vezeti:
Lengyel András (atmedia)

20.15–20.25
Előadás
Halhatatlan tisztavirág. Ami folyton megújul, az nem halhat meg. Hogyan lehet a közönség kreativitását a halhatatlanság szolgálatába állítani?
Előadó: **Falvai László** (Y&R)

Lila terem

17.55–18.05
Előadás
Hogyan hat vissza a hiper/supermarketek működésére az online értékesítés? Radikális változások a házhöz szállásban.
Előadó: **Müller Zsolt** (KPMG)

18.05–18.55
Fórum
Egy közös érdek: az idő hadrendbe állítása. A házhözszállítás gyenge pontja az azonnaliság hiánya. Mivel lehetne gyorsítani és egyszerűsíteni? Az ügyfelem ügyfele az ügyfelem!
Vitaindító:
Ráczné Hegedűs Klára (MPL),
Hosszú Csilla (DPD),
a **Bookline** képviselője,
Palocsay Géza (Schibsted),
Várkonyi Balázs (Extreme Digital)
Vezeti: **Baló György**

FMCG online

18.55–19.05
Előadás
FMCG matek. Az FMCG szektor forgalma a teljes e-kereskedelemehez viszonyítva: magyar adatok és külföldi kitekintés. Vajon mondhatjuk-e, hogy a legnagyobb kihatással az e-kereskedelmi potenciál itt van? A Tesco, Auchan, G-Roby, CBA forgalma még mindig csak töredéke a teljes FMCG kiskereskedelemlennek (miközben a teljes e-ker/kisker arány már 5,2%), és a területi elátottság sem teljes.
Előadó: **Pintér Róbert** (eNET)

19.05–19.20
Előadás
Remek üzlet az FMCG e-kereskedelemben. Miért nagyon jó üzlet az FMCG az e-kereskedelemben, és miért csinálják mégis csak kevesen?
Előadó: **Nagy Sándor** (G'Roby)

19.20–19.35
Előadás
Hol van már az okos hűtő?! Az e-kereskedelemben jövője az FMCG szektorban. Amazon dash-button és Go! Előfizetéses modell (borotvától az ásványvízig)
Előadó: **Donáth Fruzsina**

19.40–19.50
Előadás
Loyalty rendszerek helyett personalizáció? Az adatok pozitív hatása: a sarki fűszeres módjára ismerhetjük meg vásárlóinkat. Ne dolgoztasd a vevődet mindenféle pontgyűjtéssel, hanem „told alá”, add késszen a kedvesség.
Előadó: **Egyeztetés alatt**

19.50–20.20
Fórum
Az FMCG titka
Előadó: **Egyeztetés alatt**

Zöld terem

18.50–19.05
Előadás
Egymásra utalt barátok. Egyre több hirdető döntéshozatalánál megfogalmazódik, hogy a cross-screen planning már nem egy jövőbeni gondolat, hanem mai feladat, amit mielőbb meg kell oldani, ha el szeretnénk érni a vásárlóinkhoz.
Előadó: **Biró Pál** (Google)

19.05–19.20
Előadás
Fintech a médiában és a kereskedelemben. A jobb ügyfélkapcsolat reményében minden kereskedőnek és szolgáltatónak jelen kell lennie a közösségi médiában. De vajon a fintech hogyan tud bekapcsolódni a közösségi média trendjeibe?
Előadó: **André Alpar** (Performics, Németország)

19.20–19.30
Előadás
Ki néz ma kábelen tévét? Mennyire polarizálódik a tartalomfogyasztás a társadalmi status és a jövedelmi helyzet, illetve a lakóhely szerint? Tényleg elfordultak a fiatalok a tematikus tévétől? Vagy egyszerűen generációs kérdés, hogy a 14–29 évesek nem tévéznek? Az elforduló generáció még visszajön-e a (nagy)képernyők elé, vagy örökre elvesz a kábelesek számára? Hogy alakult az elmúlt 5 évben a nem-lineáris (time-shift) tévézés és az OTT-fogyasztás? Mennyire mérhető? Mennyire megbízható a mérés? Mit prognosztizál a nézettségmérés? Ki nevet a végén?
Előadó: **Vörös Csilla** (Nielsen)

19.30–20.25
Fórum
Versenypiaci helyzetek az online televíziózásban. Milyen szolgáltatásokkal lehet kiegészíteni a televíziózást, amelyekkel plusz bevételt lehet szerezni, és a előfizető is jobban járhat?
Résztevők:
Biró Pál (Google),
Enyedi András (IKO Digital),
Iski István (Invitel),
Rajki Annamária (Magyar Telekom),
Kozma Zoltán (UPC),
Schneider Henrik (Antenna Hungária),
Tarr János (Tarr Kft.),
Horváth Norbert (Telenor)
Vezeti: **Baló György**



2017. szeptember 27. szerda

Kék terem		Citrom terem		Narancs terem		Lila terem		Zöld terem	
Közösségi média Ki vesz a szájára?		(Smart-)Adatmarketing Meleg vízben a spanyolviasz		Betalált mondatok. Minden mondat előtt ott az ember		Érzelmes ügyfelek Mire jó az ügyfélszolgálat?		Szélessávú szórakoztatás (folytatás az előző napról) Tömegek az on demand világban	
9.00–9.05 Előadás	Ahol nem a Facebook az úr! Közösségi média tőlünk keletre: WeChat és a Vkonktakte. Előadó: Kovács Péter	9.00–9.10 Előadás	Adatalapú marketing? Mi ebben az újdonság?! Mi tartozik ide? Honnan vehetjük a milyen adatokat? Az adatok típusai és keresztelemzésük. Előadó: Szesztay Péter (Growthery)	9.45–10.00 Előadás	Az időzítés művészete. Legyen meg a kész mondatod az érzékenyeknek, a kötekedőnek, a szomorúnak és a vidámnak. Találd el a pillanatot! Előadó: Szombati Orsolya	9.00–9.15 Előadás	Az ügyfél is ember. Ne rabold az idejét! Előadó: Baracska Zoltán	9.00–9.10 Előadás	A figyelemgazdaság változásai. Bevezető előadás. Előadó: Pintér Róbert (4Kids Network)
9.05–9.35 Előadás	A digitális ember reneszánsza. Előadó: Pál Ferenc	9.10–9.20 Előadás	Mikor releváns az online reklám(?) Amikor feliratkozol a DM levélre, az Adwords és SEO, hiszen ÉN keresem, nem Nekem push-olják! Előadó: Erdélyi Zsolt	10.00–10.20 Előadás	Építs a bizalmatlanságra. Csak első hallásra tűnhet furának. Remek stratégia, ha a negatív oldalról hozol vissza valakit. Hogy is mondják? Az ellenségek közül lesznek legjobb evangélisták. De mi lehet ennek a pszichés háttere? Előadó: Almás Kitti	9.15–9.25 Előadás	Céged arca: Az ügyfélszolgálat ereje, vagyis a a kapocs ügyfeled és céged között. Előadó: Bánki Attila (Vermis)	9.10–9.25 Előadás	A játék csak most kezdődik. Felnőtt, és sokat keres az első igazi gamer generáció. Az átlag gamer az USA-ban ma 35 éves. 1995-ben volt 100M játékos, ma 2,6B van. 3-5 év múlva az ezredfordulósok is önálló keresetű fogyasztók lesznek; a brandinget most kell elkezdni náluk, hogy később azt vegyék, „amit évek óta jól ismernek”. Ők már nem néznek TV-t és nem veszik észre az óriásplakátot, helyette YouTube-ot és Twitch-et fogyasztanak. Előadó: Hodózsán Dániel (esport1.hu)
9.35–9.50 Előadás	Mennyit ér a social fizetés média nélkül? Hogyan találjuk meg a megfelelő egyensúlyt a tartalomellátás és a tartalomdisztribúció között a közösségi média folyton változó játszóterén? Előadó: Rényi Balázs (iProspect)	9.20–9.30 Előadás	Datalicious lakomák: az adatokból kibomló négyfogásos menük. Étvágygerjesztés, jó indítás, laktató engagement, kalória(adat)dús kényeztetés, ötcsilagos online cateringgel megfűszerezve. Online listening – az újgenerációs étlap Előadó: Vida Eszter (Sentione)	10.20–10.50 Előadás	4 igazság a tartalommarketingről. Elsősorban az ügyfeleknek kell megfelelned.. Előadó: Andrew Markowitz (GE)	9.25–9.35 Előadás	Ügyfélszolgálat sokféle szerepben. Mi mindenre lehet használni az ügyfélszolgálatokat? Marketingeszköz? Értékesítőkészlet? Netán elkisegély szolgálat? Adatgyűjtő? Behajtó csoport? Vagy tesztelésre való? Előadó: Szilágyi Mónika (Callfactory.hu)	9.25–9.40 Előadás	Hova teszi a pénzét a megrendelő: egy befutott Vloggerbe vagy 20 alternatívába? Előadó: Szabó Gergő (Special Effect Media)
9.50–10.00 Előadás	Használják-e forgalomterelésre (és ha igen, hogyan) a LinkedIn-t? A nyugati online magazinok már erősen támaszkodnak erre a platformra. Előadó: Egyeztetés alatt	9.30–9.40 Előadás	A Cookiek lelki világa. Hogyan hozunk létre tematikus cookie-k tárat. Ez meg mit jelent? Autós cookie? FMCG cookie? Előadó: Puskás Kata Szidónia	10.50–11.05 Előadás	Az oda nem illő szavak hatása. Építs „verbális emelvényt” a kulcsmondatodnak! Legyen alapnak 10 mondatod, de készülj arra, hogy csak egy legyen az, ami fontos. Az maradjon meg, amit üzeni szeretnél. Előadó: Gyórfy Kinga	9.35–9.50 Előadás	Aki sosem találkozik ügyféllel, gondolkodni sem tud az ő fejével. Sok cég nem tudja, kinek ad el műsort, hirdetés, terméket, reklámat. Pedig az ügyfél/vevő ismerete nélkül nehéz sikeresnek lenni/maradni. Előadó: Börcsök Gyöngyi	9.40–9.55 Előadás	Videomonetizálási trendek 2017–18. Miből születnek a bevételek? A piac fejlődésével az elmúlt egy év robbanásszerű változást hozott a videós és infuencer piacon. Új eszközök nyertek hatalmas teret és jelentenek anyagi lehetőséget a tartalom előállítóknak valamint a bevételi csatornák is nagyon átalakultak, megerősödtek. Előadásomban gyakorlati példákkal alátámasztott piaci képet igyekszem adni az online videó jelenlegi és jövőbeli monetizálási lehetőségeiről. Előadó: Hernádi Gábor (StarNetwork)
10.00–10.30 Fórum	Amikor az offline is online. Mostanra nagyon sok rádió- és televízióműsor aktívan használja a közösségimédia-felületeket az élő adás alatt. A reggeli rádióműsorok (pl. Sláger FM) alatt élőben láthatjuk, mi történik a stúdióban, az ATV Napló adás után folytatódik a Facebookon... Részletveők: Blaskó Nikolett (ACG), Mentes Endre (ACG), RAS képviselője, Csikész Erika (Sláger Rádió), Sváby András (ATV) Vezeti: Domokos Szilárd	9.40–10.10 Prezik és beszélgetés	Adatok versengése I. 5-5 perces érvelések a különböző adatgyűjtési formák mellett. E-DM képviselő (email) Előadó: Kemecsei Attila (Jaguár Média) Közösségi média képviselő (like) Előadó: Forgács Mariann (Be Social) Cookie képviselő Előadó: Szuto Ferenc (DataMe) Opponál: Nagy Barnabás (Magyar Telekom)	11.05–11.20 Előadás	Telitődés. Az unalom ereje. Néha a fesztiválózó is unatkozhat. Kérdezzük meg őket, de hogyan? Előadó: Jobbágy Tamás (MEC)	10.05–10.20 Előadás	Hogy olvassunk az ügyfél fejében? Milyen hatással van a hanghordozás és a hangsúly az ügyféllel való kommunikációra? Mit árul el az ügyfél beszédtempója? Milyen ereje lehet a hangfelvétel kielemezésének? Hogyan nyerj valós információt az ügyféltől aktív hallgatással? Előadó: Bíró Nóra (MOST Hungary)	9.55–10.05 Előadás	Hogyan lehet a YouTube-ot B2B-re is használni? A B2C használat kézenfekvő, de mit kezdhetnek ezzel a csatornával a vállalkozások egymás közt? Előadó: Pintér Róbert (4Kids Network)
10.35–10.50 Előadás	Fikakultúra és trolltámadás. Akik öncélúan vagy politikai/anyag haszonzerzés reményében – esetleg szimpla exhibicionizmusból – folyamatos piszkálódással és trollkodással szórakoztatják a közösségi médiában a nagyjérdeműt. Előadó: Sas István	10.10–10.20 Előadás	Adatok versengése II. Mire érdemes hajtani: a cookie-ra, az e-mail címre vagy a like-ra? Előadó: Nagy Barnabás (Magyar Telekom)	11.20–11.30 Előadás	Építs a kételyeire. Építs a bizalmatlanságára! Előadó: Ganzler Orsolya (Szeretlek Magyarország)	10.20–10.35 Előadás	Amikor az ügyfél nem mond igazat... Miből jössz rá? Hogyan kell kezelni? Mit árulnak el gesztusaink? Előadó: Szvetelszky Zsuzsanna		
10.50–11.00 Előadás	Önmagamat közvetíttem Előadó: Lóránt Gergely			11.30–11.45 Előadás	Hogyan fogalmazza újra a natív hirdetés a digitális kommunikáció jövőjét? Előadó: Henric Smolak (Svédország)	10.35–10.50 Előadás	Mondd világosan, és az ügyfelek figyelni fognak! Az ügyfelek általában nem a legjobb terméket választják, hanem a legérthetőbbet. Ezért is érdemes törekedni a világosságra, és menekülni a zavarosság elől. A világosságra való törekvés mértéke egy cégben egyéni, csapat és szervezeti szinten is mérhető. És hatékonyan fejleszthető is, ma már nem csak tanteremben, hanem innovatív módon akár csak napi két SMS-el! Előadó: Szilágyi Mihály (Barra intézet)		

**Kék terem**

- 11.00–11.10
Előadás
The Gossipator: posztról posztra. Hogyan válik a pletykából márkaérték? A netghagyomány úján terjedő igazságok.
Előadó: **Vida Eszter** (Sentione)
- 11.10–11.20
Előadás
Influencer marketing – minden esetben működik? A véleményvezérektől, influencerektől a nehezen megcélozható fogyasztói rétegek hatékony elérését várjuk. Vajon valóban ők jelentik az adu ászát a Z generációval való kommunikációban? Kiszámítható, hogy mikor bombabiztos a siker és mikor lesz inkább keserű az utóíz?
Előadó: **Batjain Zorigt** (HPS)
- 11.25–11.35
Előadás
Elrontott influencer kampányok. Az influencer mögött is ember lakozik.
Előadó: **Joanelli Tamás**
- 11.35–11.45
Előadás
Saját influencert nevelek. Az influencer marketing legújabb húzása: a cégek rájöttek, hogy nem feltétlenül az a legjobb megoldás, ha nagy pénzért megfizetnek egy már befutott influencert, vagy celebet. Sokkal könnyebb, ha ők maguk „nevelnek fel” egyet, aki később maga is olyan népszerű lesz, mint azok a nagyok, akiket most százazrek követnek.
Előadó: **Varga Gábor** (Café Communications)
- 11.45–12.00
Előadás
Ilyen, amikor a márka építi az influencert. Fanta esettanulmány
Előadó: **Kölcsei Gergely** (Coca-Cola)
- 12.00–12.15
Előadás
Megmondóból influencer születt.
Előadó: **Winkler Róbert**
- 12.15–12.30
Előadás
Hogyan dolgozz együtt influencerekkel? Natív kampányok, influencer kampányok. (esettanulmányok, trendelemzés). Zé és Lakatos Márk.
Előadó: **Lakatos Márk**
- 12.30–12.45
Előadás
NÁGI zenél nekünk
Előadó: **Nagy Brigitta (NÁGI)**
- 12.45–13.00
Előadás
Így lettem influencer. Jártam a világot.
Előadó: **Kisgyörgy Éva**

Citrom terem

- 10.20–10.30
Előadó
Adatból insight.
Előadó: **Könyves Viktor** (ADDICT Interactive)
- 10.30–11.00
Beszélgetés
Bannerrel célozni e-DM tagokra? Mikor kapcsolódik össze az RTB, a like és az e-DM? 1: RTB (Cookie)-ből, e-DM-be 2: E-DM-ből, Közösségi média, Google, RTB
Beszélgetés: **Ács Tamás** (Cadreon), **Joanelli Tamás** (BeSocial), **Kemecsei Attila** (Jaguár), **Kocsis Tamás** (NN biztosító)
Vezeti: **Pajor Attila** és **Jobbágy Tamás**
- 11.00–11.25
Előadás
Kinek érdemes e-DM-t küldeniük? Növekedési lehetőségek azonosítása az e-mailen és direkt marketingen keresztül.
Előadó: **Yosef Silver** (USA)
- 11.25–11.35
Előadás
Saját adatbázisok kezelése.
Előadó: **Varga Péter Dávid** (OTP Bank)
- 11.35–11.45
Előadás
Search traffic adatvizualizáció Google Data Studioval
Előadó: **Bublik Máté** (Mindshare)
- 11.45–11.55
Előadás
Digital Planning esettanulmány. A digitális stratégiatervezés legfontosabb elemei/lépései; a Miami ad school Europe módszertana alapján.
Előadó: **Kormányos Péter** (HPS)
- 11.55–12.05
Előadás
Egy mérőkód az oldalunkon hogyan segíti az online kommunikációnkat és a kampányunk megtervezését.
Előadó: **Csingár Zoltán** (Crimtan)
- 12.05–12.15
Előadás
A programmatic machine learning a gyakorlatban. A Xaxis co-pilot rendszerét mutatjuk be.
Előadó: **Boruzs Ákos** (MGroup)

Narancs terem

- 11.45–11.55
Előadás
Érettek vagyunk? A hazai cégek tartalommarketing-érettségéről.
Előadás: **Pécsi Ferenc**
- 11.55–12.25
Előadás
Női és férfi agyak: döntünk le néhány sztereotípiát! Okosak és intelligensek. Melyik hogyan működik?
Előadó: **Csermely Péter**
- 12.25–13.10
Fórum
Hímnem, nőnem. Hogyan írjunk olyan szövegeket, ahol a nem határozza meg a célcsoportot?
Részvevők: **Bedő Imre** (Férfiak klubja), **Kiskegyed képviselője Galamb Eszter** (Triumph), **Nagy László** (ACG/Nissan), **Gáspár Bence** (OTP)
Vezeti: **Tiszttartó Titusz**
- 13.10–13.45
Előadás
Ha megjön az első vevő, jön a többi is. Kiszámítható véletlen, avagy miért hozza az egyik vevő a másikat úgy, hogy nem is tudnak egymásról? Vajon mi lehet az oka? Ha tudnánk, biztosan hasznosítanánk...
Előadó: **Mérő László**
- 13.45–14.00
Előadás
Milyen kreatívek működnek jól a content marketing hálózatokon? A tartalomajánló marketing az utóbbi egy évben lett igazán népszerű eszköz a médiatervezők, PPC szakemberek és hirdetőik körében. A natív formátum egyedül kreatívokat kíván, a megfelelő teljesítményhez sajnos nem elég a már elkészült display és social hirdetéseinket felhasználni. A piacvezető Taboola képviselőjében Dominic vezet minket körbe a content marketing hálózatokon jól működő kreatívek világában, egy interaktív, "best practice" jellegű workshop keretében.
Előadás: **Dominic Wyl** (Taboola – Nagy-Britannia)

Lila terem

- 10.50–11.00
Előadás
Átfogó customer experience. A mégoly hatékony ügyfélkezelés eredményeit is leronthatja, ha a szolgáltatás nem egyenletes; a fogyasztói élményt egyetlen gyenge láncszem is beárnyékolhatja.
Előadó: **Boros Norbert** (Person.hu)
- 11.05–11.15
Előadás
A call centerek vélt és valós ereje.
Előadó: **Lőrincz András** (Procall)
- 11.15–11.25
Előadás
Telefonos fizetési trendek a nagyvilágban. Hol tart Amerika, le van-e maradvány Európa, van-e az egyes országok között különbség?
Előadó: **Málhai Péter** (VCC/Live)
- 11.25–11.35
Előadás
Azonnali díjbefizetés és -beszedés innovatív online és telocsa-tornákon
Előadó: **Al-Absi Gábor Seif** (Simple)
- 11.40–11.50
Előadás
Ügyfélbosszantó hívások. Teljesen felesleges olyat kérdezni az ügyféltől, amire nem érdekel a válasz. Milyen a jó kihívás és a hatékony script?
Előadó: **Szabó Zoltán** (Index)
- 11.50–12.05
Előadás
A visszeszerzett kritikus ügyfél a leghűségesebb.
Előadó: **Ekler Ágnes** (Allianz)
- HR és cégvezetés**
Munkavállalók 30 alatt és 45 felett
- Mondja a tapasztalt a fiatalnak:** „Amelyik háborút nem indítod el, azt el sem veszítheted.”
Erre a fiatal válasza: „Amelyik háborút nem indítod el, azt meg sem nyerheted.”
Mit kezdünk a krónikus munkaerőhiánnyal? Hol segítenek a robotok és az automatizáció? Miért írjuk le az embereket, ha elmúltak 45 évesek? Miközben 30 alatt már nem találni munkavállalót...
- 12.05–12.20
Előadás
Munkahelyek reputációja és márkája. Az Employer és az Employee marketing konfliktusa?
Előadó: **Töröcsik Mária**
- 12.25–12.40
Előadás
Hogyan szerezzünk 30 alatti munkavállalókat? Minden cég olyan fiatalokat szeretne találni, akik éppen az adott cégnél szeretnének dolgozni... Mit tanulhatunk toborzás ügyében a szabadidős vagy hobby szervezetektől, vagy a sportkluboktól?
Előadó: **Horváth Kitti** (Heineken)

Zöld terem

- 10.10–10.25
Előadás
Konverzió az influencerek bevonásából? Mi kell ahhoz, hogy egy influencer bevonása egy márka/promó témában konverziókat érjen el - és meg is térüljön?
Előadó: **Szabó Gergő** (Special Effect Media) és **Pamkutya**
- 10.25–10.40
Előadás
Torrentek versenytársai
Előadó: **Bányai Zsolt** (Origo)
- 10.40–10.55
Előadás
Az eSport motivációs ereje és felhasználási lehetőségei.
Előadó: **Fromann Richárd** (Neumann János Nonprofit Közhasznú Kft.)
- 11.00–11.10
Előadás
Hogyan tudjuk meggyőzni a marketingeseket az esportban rejlő potenciálról?
Előadó: **Kászonyi Bence** (Rift)
- 11.10–11.50
Fórum beszélgetés
Valójában mekkora üzlet van az e-sportban?
Részvevők: **Zsédely Péter** (Sportsmarketing Hungary), **Szalai Ádám** (IKO), **Nagy László** (Havas Media), **Tischler Márk** (OTT-ONE)
Vezeti: **Vincze Dávid**
- 11.50–12.10
Előadás
Egy sikeres lengyel MCN. A lengyel onlinevideó-piac nyereséges oldala. Bemutatjuk a PONKI-t.
Előadó: **Ryan Socash** (Mediakraft Networks)
- 12.10–12.25
Előadás
A cross-screen planning alapú kampányokról. Vásárlói konverziók előnyben.
Előadó: **Dolezsai Gergely** (OTP)
- 12.25–13.00
Fórum
Egymásra utalt barátok. Egyre több hirdető döntéshozatalánál megfogalmazódik, hogy a cross-screen planning már nem egy jövőbeni gondolat, hanem mai feladat, amit mielőbb meg kell oldani, ha el szeretnénk érni a vásárlóinkhoz.
Részvevők: **Szabó Mariann** (Marquardmedia), **Juhász Péter Tibor** (Magyar Telekom), **Sólyom Balázs** (UPC), **Mérő Ádám** (Coca-Cola), **Bíró Pál** (Google)
Vezeti: **Baló György**

**Kék terem**

- 13.00–13.15
Előadás **Megveszem a véleményed.**
Hogyan épül be a social a médiamixbe az ügynökségeknél? Hogyan etikus, hogyan kezeljük az influencerceket? Erre a területre nem született még rendelet vagy törvény, de sok a vadhajítás, a szabályozatlanság.
Előadó: **Oszipovics Tatjana** (Maximaze)
- 13.15–13.30
Beszélgetés **Közösséget építettem.** Nem hétköznapi módon.
Előadó: **Fábián Sára** „Kreatív fiatalok” sorozat.
- 13.30–13.55
Beszélgetés **Sztárok és influencerce** – mi a különbség? Meddig hiteles egy arc? Hol van a határ, amin túl már úgy érzik a követők, hogy valaki eladta magát egy márkának? Mekkora legyen a saját és a szponzorált tartalom aránya? Influencerce találkozója.
Résztevők: **AI Ghauui Hesna, Puskás Péter**
Vezető: **Tuza Norbert**
- 13.55–14.10
Előadás **Élet az influencer marketingen túl.** Mindig jön valami új, ez egy folyamatosan fejlődő szakma. Vizsgáljuk meg együtt a jövő marketingeszközzeit! Előadás a közönség bevonásával.
Előadó: **Törös Balázs** (Fastbridge)
- 14.10–14.20
Előadás **Lábnymokói perszónák:** preferenciál influencercekre
Előadó: **Sütő Anna**
- 14.20–14.30
Előadás **Hatalom és felelősség a véleményvezérek kezében.** Hol kezdődik és meddig tart a social media influencerce felelőssége – egyáltalán lehet jól kezelni ekkora befolyást?
Előadó: **Szabó Kata** (Morpho)
- 14.30–14.45
Előadás **#hellohungary** – Turisztikai márkáépítés a social médiában
Előadó: **Kiss Ágota** (Magyar Turisztikai Ügynökség képviselője)

Citrom terem**Elképzel jogtalanságok**

- 12.20–12.50
Előadás + beszélgetés **A remarketing elképzelt halála.** Mi történne, ha a böngészők nem engednék be harmadik felek cookie-jait? Lehet ez valakinek az érdeke? Mi lehet erre majd a szakma és a piac válasza?
Vitaíndító: **Bobály Mihály** (JabJab)
Résztevők: **Böle György** (HWSW), **Bobály Mihály** (JabJab), **Bognár Vera** (Havas Media), **Kékesi Zsuzsa** (HVG), **Szedler Péter** (Cadreon), **Vági Róbert** (Origo)
Vezető: **Barnóth Zoltán** (MEC)
- 12.50–13.05
Előadás **Kitől féltünk adatainkat?** Van-e valódi visszatartó erő a piacon a lopott adatokkal való visszaélés ellen? Mi történik, ha az ügynökségünk a konkurenciának kezd el dolgozni? És a Google? Nála minden megvan...
Előadók: **Hatházi Vera** és **Keszey Gábor** (Hatházi Vera Üi.)

A chatbotok türelmes világa

- 13.05–13.25
Előadás **Mesterséges intelligencia a marketingben – megoldások, amelyeket már ma is használhatsz.**
Előadó: **Marcin Malinowski** (Google)
- 13.25–13.55
Előadás **Chatbotok a hétköznapiinkban.** A chatbot technológia még kezdetleges, de sokan már elkezdték felfedezni, hogyan segíthet a termékek és vállalkozásaik fejlesztésében. Néhány példa arra, hogyan segít a chatbot az értékesítésben és az ügyfélszolgálatban. Milyen hibákat érdemes elkerülni a chatbot technológia bevezetésekor?
Előadó: **Xian Ke** (USA)

Narancs terem

- 14.05–14.20
Előadás **Hogyan profitálhatnak a fizetett csatornák a content marketingből?** A tartalommarketing az egyik legfontosabb téma a kommunikációban. Ez az önmagában is sikeres eszköz még hatékonyabbá tehető, ha a kommunikációs ökoszisztémánk szerves részévé tesszük, és fizetett csatornáinkat támogatjuk vele.
Előadó: **Eröss Csaba** (Dentsu Aegis Network)
- 14.25–14.40
Előadás **Cikkek, amik nem születtek volna meg hirdető nélkül.** Kinek az ötlete valósul meg egy natív együttműködés során? Lehet egy hirdető ötlet inspiratív a site számára? Milyen tartalmi határokat fessegetnek a natív együttműködések? Hogyan fog a hirdető ötlet illeszkedni a site-ok tartalmához? Egy kreatív koncepcióhoz több jó megoldás is tartozhat? Egy kampányon belül hány natív megjelenés fér el? Ezekre a kérdésekre (is) próbál választ adni a prezentáció, különféle natív együttműködések bemutatásának segítségével.
Előadó: **Sablik-Szemes Alexandra** (Adaptive Media)
- 14.40–14.55
Előadás **A történetmesélés ereje.** Van egy történetem... Miért osztják meg tízezrek-milliók, és mitől működik ez másképp, mint a fiction? Mire tudja és mire nem tudja hatékonyan használni a történeteket egy brand? Hol van, és hol nincs helye az ilyen jellegű tartalmaknak? Például miért nem rakjuk tévébe?
Előadó: **Länger Vera** (Isobar)
- 14.55–15.40
Fórum **Eredménygarancia a tartalommarketingben/natív hirdetésekénél?** Ki vállalja? Mik lehetnek a buktatók? Garanciák a fizetett tartalmak közreadásakor?
Résztevők: **Egyeztetés alatt**

Lila terem

- 12.40–12.55
Előadás **Amikor a beosztott a főnök anyja/apja lehetne...** Bölcsesség és hiúság.
Előadó: **Pethő Anikó** (Aarensen-Restart-Up)
- 12.55–13.10
Előadás **C-generáció: nem az életkor számít, hanem a hozzáállás.**
Előadó: **Nemes Orsolya**
- 13.10–13.20
Előadás **Vágyak kontra valóság, azaz miről álmodik a munkavállaló.** Körbejárjuk, hogy a különböző korcsoportok hogyan keresnek munkát, mi motiválja őket egy-egy munkahely váltásnál. Milyen munkahelyre vágnak a fiatalabb és az idősebb korosztály tagjai, mik a legfőbb különbségek, és mi az ami a kor előrehaladtával sem változik. Vajon van a mindennapok során feszültség, kommunikációs nehézség a különböző korosztályok között, erre a kérdésre is választ ad a Kutatópont 2000 fős kutatása.
Előadó: **Rabcsánszki Laura** (Kutatópont)
- 13.20–13.35
Előadás **Milyen karrierlehetőségek vannak 45 felett?** Milyen specialitásának érdemes átképezni magadat?
Előadó: **Nagy László** (Nielsen)
- 13.35–13.50
Előadás **Hogyan csábítsd a fiatal munkaerőt magadhoz?** A jövő elvárásai.
Előadó: **Zeitler Ádám**
- 13.50–14.00
Előadás **Kockulás a dolgozóban.** Mit tegyen a munkaadó, ha fiatal dolgozó nem tudnak megszabadulni kutyú-szenvedélyüktől? Hogyan tudja hatékonyan kezelni a helyzetet?
Előadó: **Kerékgyártó Laura** (PPG-Trilak)
- 14.00–14.15
Előadás **Toborzás a LinkedIn-en és Facebookon.** Mennyire hatékony? Számíthatunk-e jó jelentkezőkre? Mi épp most futtatunk párhuzamosan account manager állásbirtást a két felületen: kíváncsian várjuk, hogy melyik csatorna bizonyul hatékonyabbnak.
Előadás: **Joanelli Kata** (Be Social)

Zöld terem

- 13.00–13.10
Előadás **Videóhirdetések a YouTube-on túl.**
Előadó: **Polgárdi Edina** (Cadreon)
- 13.10–13.20
Előadás **A célzott 'wow' effect:** a kreatív legalább annyira fontos, ha nem fontosabb, mint a hajszálpontos célzás. (Látványos, interaktív, kinyitó videó hirdetések használata a programmaticban)
Előadó: **Imre László** (Crimtan)
- 13.20–13.35
Előadás **Fesztiválozz Influencercekkal – Branded content esettanulmány – Mastercard – Sziget Fesztivál**
Előadó: **Sátori Karolnia** (StarNetwork), **Boroznaki Gergő** (Crane)
- 13.35–13.45
Előadás **100%-os hatékonyságnövelés termékvideó retargetinggel.**
Előadó: **Kálmán Tamás** (Wanadis)
- 13.45–13.55
Előadás **Multiplatform gondolkodás a márkák életében.** Egy forgatás már rég nem csak egyféle filmről szól; nem elég a reklámszpotot feltölteni a YouTube-ra, ugyanazt a történetet, „mondanivalót” le kell fordítani annak a platformnak a „nyelvére”, ahol az emberek nézni fogják (pl. a Facebookon hang nélkül, 2 másodperc alatt kell megfogni az embereket).
Előadó: **Jedlicska Márton** (UmbrellaTV)
- 13.55–14.40
Fórum **Közönség Vs. Közösség.** Egy márká és az influencer számára sem mindegy kivel köti össze nevét az együttműködések során. Csak az elérés számít, vagy vannak más fontos tényezők is? – Majd 30-35 perces kerekasztal beszélgetés videókkal.
Felvezetőt mond: **Farkas Dániel** (StarNetwork)
Résztevők: **Bánki Beni, Kovács Dorottya** (Chloe From The Woods), **Pusztai Tamás** (Nessaj), **Kervár Mariann** (Maris)
Vezető: **Dóczi Attila** (StarNetwork)

**Kék terem**

- 14.45–15.00
Előadás
Anyukák a Facebookon –
Hogyan építettünk fel egy sikeres márkát bruttó fél év alatt?
Előadó: **Jármay Katalin**
(Mommymia)
- 15.05–15.15
Előadás
A Messengert használtam ügyféltoborzásra.
Előadó: **Berze Márton**
(Speak Nyelviskola)
- 15.15–15.25
Előadás
B2B a közösségi médiában: csodafegyver vagy szükséges rossz? A fogyasztói marketingben egyértelmű a közösségi média szerepe. De mi a helyzet a B2B cégekkel, amelyek szakmai, üzleti célcsoportot akarnak elérni, befolyásolni? Mit tegyünk, ha unalmas a termékünk, de muszáj tartalmat generálni? Hogyan használják és használhatnák a B2B cégek a közösségi felületeket? Van-e élet a LinkedInen túl? Saját csapat, vagy külső megoldás?
Előadó: **Farkas Tibor**
- 15.25–15.40
Előadás
B2B kommunikáció a közösségi oldalakon
Előadó: **Cseh Balázs**
(Wolters Kluwer)
- 15.40–16.10
beszélgetés
Facebook csoportok cégeknek. Egy vadonatúj platform, amit a márkák nagyon jól kihasználhatnak, mégis félve nyúlnak még hozzá. Mi lehet ennek az oka?
Beszélgetés.
Részvevők:
Berényi Konrád,
Mozsik Tibor (W.UP),
Cseh Balázs
(Wolters Kluwer),
Pereces János
(MKB FintechLab)
Vezeti: **Pohly Ferenc**

Citrom terem

- 13.55–14.10
Előadás
Megvenni, fejleszteni vagy bérelni érdemes a chatbotot?
Előadó: **Gandera Balázs**
(Intren)
- 14.10–14.25
Előadás
Chatbotok: kik „ők”, és mit akarnak? Miben lehetnek segítségünkre? Az egyik legfontosabb platformot használva meghatározhatják a jövő értékesítési trendjeit. Vagy, ahogy a mi példánkban látni fogjuk, egy ügynökség mindennapjait.
Előadó: **Szabó Veronika**
(HPS)
- 14.25–14.40
Előadás
Chatbot analitika. Hogy a chatbot lesz-e az új digitális „Szent Grál”, azt még nem tudjuk. Az viszont biztos, hogy – mint minden más digitális csatornát – ezt is mérni kell. Érdemes megtanulni néhány új fogalmat: Conversational Analytics, Sentiment Analysis, Retention Rate.
Előadó: **Bay Áron** (Mito)
- 14.40–14.55
Előadás
Hülye-e vagy? Azaz a chatbot és az emberi ügyintéző együttműködése a gyakorlatban.
Előadó: **Török-Pál Kata**
(AC-Innovatiqua)
- 14.55–15.30
Előadás
Akik már találkoztak a chatbotokkal.
Előadások a következő szektorokból:
E-kereskedelem és Telko:
Fekete Csaba Csongor
(Grape Solution)
Média: **Szabó Z** (Index)
- 14.30–14.45
Előadás
Messenger chatbot egy év távlatából: csoda, vagy lufi?
Az eddigi tapasztalatok alapján kevesebbet hozott, mint amit vártak tőle. Van-e még kiugrási lehetőség, érdemes-e cégeknek befektetni ebbe a technológiába?
Előadó: **Korompai András**
(ACG)

Üveg terem**Figyelem! Kereskedelmi workshop az Üvegteremben**

- 10.00–11.30
Workshop
Workshop I.
Marketing és sales
5 egyszerű lépés – az értékesítés hatékonyságának növelése az értékesítés és a marketing összekapcsolásával.
Vezeti: **Pam Didner**
(angol nyelven)
- 11.30–13.00
Workshop
Workshop II.
Az üzleti potenciál számolása
Van egy ötleted? Szeretnéd látni, mekkora benne az üzleti potenciál? Gyere el a másnapi workshopra!
Vezeti: **Kis Ervin Egon**
(SmartCommerce Consulting)

A workshopokra jelentkezni lehet:
internethungary.com/registracio

A programváltoztatás jogát a szervezők fenntartják!

Lila terem

- 14.15–14.30
Előadás
A mai nemzedék munkavégzési szokásai vs a cégek elvárásai.
Az új nemzedék már nem úgy szeretne dolgozni, mint a szüleik, hanem teljes szabadságban (akkor és ott ahol ő akar). A munkáltatók számára egyre fontosabb lesz, hogy miként tudják a fiatal munkatársaknak ezt a szabadságot biztosítani úgy, hogy a vállalat érdekei se sérüljenek. Ehhez objektív teljesítméymérésre lesz szükség. A prezentáció bemutatja, hogyan tört ebbe bele sok globális cég bicskaja – de lesznek pozitív példák is.
Előadó: **Vadász Attila** (JobCTRL)
- 14.30–14.45
Előadás
Az élet iskolája. Milyen specialitásának érdemes fiatalként képezni magad – a főiskola már nem sok mindenre elég...
Előadó: **Végh Anikó**
(JcDecaux)
- 14.45–15.00
Előadás
Melyiket az ötezerből? Milyen új, korábban nem létező munkakörök iránt mutatkozik kereslet? Hogyan néz ki ez egy prémium márká szempontjából?
Előadó: **Fernbach Zoltán**
(Mercedes-Benz Hungária)
- 15.00–15.15
Előadás
Digitális oktatás – Comme il faut.
Előadó: **Török Diána** (GroupM)
- 15.15–15.30
Előadás
Utánpótlás a mi szájunk íze szerint... (házi oktatások, tanfolyamok, belső akadémiák)
Előadó: **Navratil Zsuzsa**
(G4S HR Director)
- 15.30–15.45
Előadás
Tű a szénakazalban: ennyire nehéz jó szakembert találni? Az országban lassan minden szakmai területen elfogytak a jó szakemberek; a cégek, ügynökségek egymástól vadásszák le az embereket. Mit kezdenek ezzel a helyzettel a különböző piaci szegmensekhez tartozó cégek?
Előadó: **Fodor Anna** (Adecco)
- 15.45–16.00
Előadás
Karrier váltás mester fokon. Nem a kor számít hanem a hozzáállás
Előadó: **Fazekas Barbara**
(Green Fox Academy)

Zöld terem

- 14.40–14.55
Előadás
Csavad ki a technológiából az emberi értéket! Tömegesen perszonalizált videós tartalom. (Készíts és juttass célba a fogyasztóidhoz fél nap alatt 12 ezer egyedi videót.)
Előadó: **Beliczki Róbert** (MEC)
- 14.55–15.10
Előadás
Kínának Európa, Európának Kína. Vlogger beszámoló
Előadó: **Horváth Lilla**
- 15.10–15.25
Előadás
Spongyabob önálló élete
Előadó: **Dóczi Melinda** (Viacom)
- 15.25–16.00
Fórum
Brand safety a videómegosztókön. 1. Vajon megteheti-e bárki – nem csak egy márká –, hogy nem veszi figyelembe, hogy hirdetés milyen tartalom előtt jelenik meg? 2. Brand safety idea: Vajon valóban összekapcsolja a reklámot és az adott videós tartalmat a fogyasztó? Tényleg összeköti a 6 mp-es üzenetet, vagy bármilyen más YouTube hirdetés esetleges negatív kontextusát az adott branddel és videótartalommal? 3. Mennyire figyelni és érdekli a celetet és az influencert, hogy milyen környezetben jelenik meg? 4. Vajon te örülnél, ha a márkád egy „lefejezős” videó előtt jelenne meg? 5. Hogyan lehet védekezni az ellen, hogy például egy FMCG márkahirdetés ne közvetlenül egy az adott FMCG-ről ellenes anyagban, vagy előtte, vagy rajta menjen le? Milyen szűrők, stratégiák, beállítási eszközök léteznek a brand safety kiszolgálására? 6. Lehetséges-e egy adott célcsoportot kizárni a hirdetés-im megtekintéséből? (PI. figyelveket ne mutassunk agresszoroknak, depressziósoknak ne mutassunk negatív impulzust kiváltó videókat.) Ezt hívnám irányított célcsoportkizárásnak. 7. Irányított versenypiaci hirdetések – a konkurencia ne lássa az én brand hirdetésimeit.
Előadó: **Sopov István** (IAB)
Részvevők:
Bánki Attila (Vermis),
Sopov István
(IAB/Adaptive Média),
Farkas Dániel (StarNetwork),
FMCG képviselője,
Google képviselője
Vezeti: **Baló György**