Digital-Media Hungary – Az üzleti konferencia

A konferencia főbb íve: Globalizáció/deglobalizáció – lassuló fogyasztói társadalom – a különböző generációk különböző szocializációjának megjelenése az attitűdökben – szilánkosodó kereskedelem, marketing és média – mesterséges intelligencia – (nem-) növekedés és (nem-) fenntarthatóság

Műfaj: konferencia – színház – kiállítás – koncert – buli

2024. április 23., kedd – Plenáris – Artificial awakening

9.40–10.00 Reggeli izgató

Egy dologban lehetsz biztos. Csak az nem igaz amit látsz, de minden más elképzelhető.
Tézis, szintézis, antitézis. Avagy hogyan kell a sárkányt megszelídíteni?
A fejlődés természete. Miért van szükségünk filozófiára és az evolúció történelem ismeretére?
• Filozófia, kritikus gondolkodás. A logika.
• A tények határozzák meg a tudatod!
• A realitás hiánya és illúziók démonai.
• Cirkusz az egész világ, és bohóckodik benne majd minden férfi és nő!
• Természet, ember, társadalom, kereskedelem, gazdaság, civilizáció – történelem, filozófia és pszichológia.
• Kritikus tömegek és fordulópontok. Korunk mozgatója, lét alapja: sebesség és idő.
• A siker képlete.
• Újítónak tartjuk magunkat, de mindig is féltünk a változásoktól.
• B2B-B2C=D2C D2C-H2H=A2A
• Mitől tudomány a marketing, és mikor válhat szakmává a marketingszakma?
Mikor fogadjuk el hogy a fogyasztók átvették a hatalmat?
• A racionalizálás kora elkezdődött.
• Amikor a sales marketing megöl(het)i a márkát.
• Research Hungary (19 kutatás).
• Szót kérnek a Z generáció képviselői (12).
• Már nem a média gyártja a tartalmat, hanem a tartalom keresi a médiumát, médiáját.
• A figyelem ára és a befolyásolás művészete.
• A kontrollálatlan reklámzaj miatt a reklám lassan eljárhatja a haláltáncát., de a halála után mindenki egyenlővé válik.
• Az alibizés még hagyomány, és (még) kifizetődőnek gondoljuk.
• Miért vakulunk meg saját álláspontunktól? Mert a „sakktáblán” csak a saját lépéseinket akarjuk ismételgetni.
• A fejlődés és haladás ellenzékének három csoportja.
• Az utolsó csepp biológiája.
• Nincs rosszabb egy unatkozó embernél, egy unatkozó társadalomnál.
• A média- és reklámfogyasztó, a vásárló már nem lehet csak egy statisztikai szám. (A firstparty cookie-k kialakulása).
• Tényleg elvernek a botok?
• Médiatörténelem és jövőkép: Hogyan kapcsolódik a kultúra, a filozófia, a társadalom a médiához?
• Mélyebben kellene kutatni a társadalom, a gazdaság, a szociológia, a kereskedelem és a média egymást átszövő összekapcsolódását, egészen a marketingig.
• Algorimus simogató.
A kétnapos konferencia programjának bemutatója, sok őszintén kimondott szóval.
Előadó: **Csermely Ákos**

10.00–10.15 Megnyitó

Megnyitó
Előadó: **Aranyosné dr. Börcs Janka** (Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság)

10.20–10.30 Előadás

Köszöntő
Előadó: **Hidvégi Krisztina** (Lounge Group)

10.30–10.45 Előadás

Hogyan mondjuk meg az igazat?
Előadó: **Szabó Béla** (Magyar Telekom) és **Csermely Ákos**

10.50–11.25 Előadás

A kreativitás megszületése, és civilizációk kialakulása
Képzelet (Tudat, gondolat, kreativitás), absztrakció, hiedelem, illúzió.
Előadó: **Csányi Vilmos**

Regisztráció itt!

Figyelem!
A konferencia programja a 2024. április 18-i állapotot tükrözi.
Programunkat folyamatosan javítjuk, fejlesztjük. Kérjük kísérje figyelemmel!
www.mediahungary.hu

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

Business Intelligence

Ember- és cégvezetési dilemmák egy mentálisan és gépileg is túlgyorsult leautomatizált versenypiacon.

Az idei konferenciát átlengi a filozófia, a pszichológia. A dolgokról nem gépek döntenek, hanem kis és nagy emberek hétköznapi döntései. Azt nem tudni, hogy látják-e vagy sem döntéseik, cselekedeteik valós hatását. Attól félek, hogy gyakran látják, de mivel hosszú távú hatásról van szó és a rövid távú érdekük mást diktál, hát leszarják. A végén minden összeadódik és jelenségek jönnek létre. Lásd még a globálisok általam évek óta hangoztatott gyarmatosítási veszélyei. Most aztán kapkodunk, meg jajongunk. Ezért született meg a filozófia, aztán a pszichológia. Napi és hétköznapi módon mutatjuk be az üzleti életben mindezek hatását.

Házigazda: **Szily Nóra**

A terem főtámogatója: T

11.30–11.45

Előadás

Engedjétek hozzám jönni a kreatívokat, és ne tiltsátok el tőlem őket.
Hogyan képesek a kreatívok értéket teremteni a kreatív szakmákon kívül? Hogyan találjuk meg őket? És mi kell ahhoz, hogy igazán a hasznunkra váljanak?
Előadó: **Pőcze Balázs** (Mito Creative)

Kék terem

Marketing az egész világ!

„A reklámüzenet új útjai”

Meddig lehet a médiafogyasztó csak egy statisztikai szám?

Elérés helyett befolyásolás!

Tessék kérem elhinni, nem baj lesz, hanem már benne vagyunk a bajban!
Nézzük csak meg majd a március 20-i számokat!

Házigazda: **Szabó Ákos**

A terem támogatója: atmedia

10.50–11.05

Előadás

Zaj van, babám?
Mire felszisszentünk késő lett!!! Meddig lehet a médiafogyasztó csak egy statisztikai szám?
Mennyire küzdenek az elérés/befolyásolás ördögeivel?
Ki változott?
A forrás, a közvetítő, vagy a befogadó? Mindegyik? Akkor ki nem változott, hogy nem látszik. Vagy de, csak nem veszünk tudomást?
Sajnos amíg pont ugyanazt kapom a különböző hírportálokon, addig kizárólag a statisztikai számoknak gyártunk terméket. A Facebook és a Google bármikor csavargatja alattunk a potmétereket, így ha elesünk ezektől a forgalmi forrásoktól, új világ jön. Fel vagyunk-e erre készülve?
Előadó: **Vernyik Imre** (FourFourLab)

Ezüst terem

Hogyan legyünk futurológusok?

Ha az AI egy szereplő lenne egy színdarabban, egy naivista szolgalelkű karaktert látnánk, aki gazdája kegyeiért hazudni is képes. Vannak értékei, de azokat még maga sem ismeri pontosan. Mindeközben, nem az ő jövője a kérdés, hanem az őt megalkotó emberé. (Vernyik Imre)

Házigazda: **Köböl Anita**

A terem támogatója: mastercard

10.40–10.55

Előadás

A mesterséges intelligencia elmúlt 10 éve.
A mesterséges intelligencia felépítése:
Nézzünk szembe az adatokkal, algoritmusokkal, az automatizációval!
Hogyan hatnak egymásra az algoritmusok?
Hogyan moderálja, programozza egyik algoritmus a másikat?
Mitől hívhatjuk „deep learningnek” és mikortól hívhatjuk MI-nak?
Hogyan verhetjük át a fejét?
Alapoktól a jövőig.
Előadó: **Szabó Edit** (Ditte Digital)

11.00–11.15

Előadás

A mesterséges intelligencia NEM gondolatolvasó (még nem). Mit jelent az, hogy promtolás?
– Hogyan kell a gyakorlatban promtolni?
– Milyen nyelven beszél?
– Milyen az ő lelkivilága?
– Mik a vezényszavak?
– Mit kell ebből tudnia egy hagyományos marketing, kereskedelmi, média és gazdasági szakembernek, ahhoz, hogy megértse az MI lelkét és mozgatórugóit?
Promtolás bemutató.
Előadó: **Filó Angéla**

Zöld terem

Content & Communication Hungary

A tartalom keresi a médiumait.
A kultúra keresi a médiumait és a közönségét.
…de színre lép a megosztó-média.

Elérés mellett befolyásolás kell!

Már nem a média csinálja a tartalmat, hanem a tartalom keresi meg az Ő megfelelő médiumát.

Tabudöntögető témák, előadások és (ki)beszélések a kereskedelmi érdekek, a hirdető, a marketing és a média fellelőségéről. Nem feledjük: üzletet kell csinálni, nyereségre kell törekedni. De ledönthetjük a „minél többen annál lejjebb” sztereotípiát?

Házigazda: **Juhász Diána** és **Molnár Máté**

A terem támogatója: TV2CSOPORT

A figyelemgazdaság átalakulása

10.30–10.45

Előadás

Színház:
Az unalom TikTokon és Reels-videón érkezik!
Ideje lenne, hogy a király felvegyen valami köntösfélét. A megosztó média színre lép.
Előadó:
Kovács András Péter (Dumaszínház)

10.45–11.00

Előadás

Figyelem!
Médiatartalom-szivárgásra felkészülni!
Előadó: **Schneider Henrik** (Nielsen)

Arany terem

Sportmarketing Hungary

A hirdető, a sportolók és a média.

Tegyük egymásnak érthetővé érdekeinket? Kinek, miért éri meg a sporttal támogatóként vagy hirdetőként foglalkozni?
Ne feledjük: ma már nem csak tévé, a sajtó és a rádió, de pl. a podcast a YouTube is beszáll a sportpénzek megszerzéséért a versenybe

Házigazda: **Tőrös Balázs**

A terem támogatója: mediaworks Content first

10.30–10.45

Előadás

Hol helyezkedik el a figyelemgazdaságon belül a sport?…mint:
– Az élménymarketing és az élvezet forrása
– Figyelemlekötés eszköze
– A visszaidézés ereje a sportban
– Befolyásolás eszköze
Lojalitás építője
Miért jó a tévé, a sajtó mellett a podcastereknek és a Youtubereknek a sporttal foglalkoznia?
Hogyan lehet hatásos a szponzoráció?
Hogyan lehet belőle jól kijönni?
Mennyire állnak jól a látványsport szövetségei: és az egyesületek
Hol kezdődik az értelmezhető szurkolói kör?
Előadó: **Éless Dénes** és **Tőrös Balázs**

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

11.45–12.00
Előadás

Vannak-e véletlenek? Az emberiség készül a jövő kihívásaira, megoldásokat fejleszt, ezek mentén megváltoztatva önmagát. Hogyan találkozik az irracionális (közgazdaságtan) és a racionális (mesterséges intelligencia)? Mi sülhet ki a találkozásukból, és mi ennek a megoldó képlete? Hogyan változtatja ez meg a jövőnket? Előadásunkban az üzlet és a társadalom jövőjét boncolgatjuk. Lenni vagy nem lenni? A mesterséges intelligencia evolúciója immár precens kérdésként veti fel a tudat, tudatosság problémakörét. Mi a tudatosság a kultúra kódjában? Mi a tudatosság az üzletben, és mi a határvonal az új gépi öntudat és az automatizáció között? Mit jelent ez az emberek számára? És mindezek mögött az üzleti kérdés, vállalkozásunk ott lesz-e a jövőben, vagy megszűnik? Tudatos jövőépítés üzleti szemmel.
Előadó: **Rab Árpád**

12.00–12.15
Előadás

Színház: Miért nem válaszolsz?
Amikor a szellemiségből csak szellentés lehet.
A versenypiac olyan, mint a sakk, a mattig mindig minden lépésre lesz egy (ellen)válasz, ettől aztán mindig lesz egy új felállás.
Akik ma esküdt ellenségek, azok holnap együttműködő partnerek, holnap után pedig az egyikük mattot ad a másiknak. Az etika relatív, ki hogy terel, úgy aluszsza álmát.
(Társadalom, gazdaság, filozófia) nincsenek meg egymás nélkül. Értsük meg, a felnövő nemzedék sem szocializálódhat, nevelődhet 147 karakteren.
Előadó: **Litkai Gergely**

Kék terem

11.05–11.20
Előadás

Research Hungary
Hogyan néz ki az ember 24 órája, és közben mikor milyen médiumokat fogyaszt önmagában és párhuzamosan más típusú médiummal. Full-scale tartalomelemzés egy napra lebontva, hogy mikor, hol és milyen tartalmat fogyasztanak honfitársaink. Vannak-e különbségek az egyes hétköznapok és hétvégi napok között is. A tartalom mellett multiscreening, élethelyzethez kapcsolódó tartalomfogyasztás és egy kis érzelem is terítéken volna: pl. milyen tartalmat fogyaszt és hol egy rosszabb passzban lévő ember vs. egy heppibb. Szóval beleépítünk egy kis attitűdkutatást is.
Előadó: **Molnár Zoltán** (NRC)

11.20–11.35
Előadás

Research Hungary
A közös nevező a képernyő.
Megvizsgáljuk a vásárlási szokások változását is és mellérendeljük a médiafogyasztási szokásokat. Milyen összefüggéseket lehet látni, kinek milyen vásárlói szokása és potenciálja van, és az milyen médiatípusokhoz köthető?
Előadó: **Madar Norbert** (GKID)

11.40–11.55
Előadás

Research Hungary
Attitűdök és képernyők.
Ki nézi a tévét napi 6 órán keresztül? Ki az, aki folyamatosan tinderezik? Ki az, aki TikTok huszár?
Milyen életformák, gondolkodások vannak és mik a „gyújtópontjaik"?
Előadó: **Strumperger Viktória** (Kantar Hoffmann)

Ezüst terem

11.15–11.30
Előadás

Mi történik a nagyvilágban a mesterséges intelligencia kapcsán?
A mesterséges intelligencia jövője.
Előadó:
Homor Fatima (BrainBridge)

Prezentációk hazai, már működő Mesterséges Intelligencia megoldásokról.

11.35–11.50
Prezentáció

AI + HI vagyis: Artificial Intelligence + Human Imagination
A technológiai forradalom helyett kreatív forradalom.
Ahol az emberi képzelőerő a mesterséges intelligenciával összefogva új korszakot nyit az előremutató ötletek létrehozásában.
Előadó: **Tordai Péter** (Whitedog Media)

11.50–12.05
Prezentáció

Intelligensen átalakítottam a Csermely Ákos fejét.
Előadó: **Sallai Ervin**

12.05–12.20
Prezentáció

Intelligens mezőgazdaság.
Előadó: **Dr. Láng Vincze**

12.20–12.35
Prezentáció

Intelligens egészségügy.
Előadó: **Déri Júlia**

Zöld terem

11.05–11.20
Előadás

Figyelem! Reklámszivárgásra felkészülni!
Előadó: **Erőss Csaba** (Dentsu)

11.20–11.35
Előadás

Research Hungary
A média befolyásolási képessége 5 éve és manapság. És 5 év múlva…?Változott és változik-e a márkaüzenetek tartalma és stílusa? Változott és változik-e a különböző kommunikációs platformok relevanciája és jelentősége? Változott és változik-e az, ahogy a fogyasztó szűri és feldolgozza az üzeneteket? Változott és változik-e a fogyasztók viszonya a márkákhoz és a médiumokhoz? Egyáltalán hol kezdődik és hol ér véget a médiumok területe a fogyasztók világában? Ha van válaszunk a fenti kérdésekre, akkor azt is megérthetjük, hogy változik-e a média befolyásoló képessége, és mit várhatunk ezen a területen a következő években. Az előadás nem puszta hipotéziseket mutat be, hanem kutatási adatokkal is igyekszik megvilágítani a változások tartalmát és minőségét.
Előadó: **Géczi Tamás** (Inspira Research)

Média – Hírek – Reklám – Kultúra

11.35–11.50
Előadás

A hír TikTokon érkezik? Honnan vették a híreket 5 éve és manapság az emberek?
Előadó:
Keresztessy Zoltán (Post For Rent)

11.50–12.05
Előadás

Színház: Ki ne szeretne reklámzajban élni?
Előadó: **Stefanovics Angéla aka Anzselika Habpatron aka Vass Mari**

Arany terem

10.45–11.00
Előadás

Mire használod a streaminget a sportban?
Hogy alakul a streaming és az OTT közvetítések piaca?
Előadó:
Szaniszló Csaba (AMC)

11.05–11.20
Előadás

Research Hungary
Mely csapatok szerveznek a világban mérkőzéseikhez saját közvetítést?
Szétaprózódott közönség, ami azért sok tízezer, százezer nézőt jelent. Viszont erős lojalitással. A digitális platformok megnyitják az utat a lineáris TV-től való függetlenedésre, YouTube csatornák, egyéb platformok, ebbe a sportág és rajongók közötti szoros érzelmi kapcsolódásba hogyan tud belépni a brand és mit jelenthet ez neki?
Előadó:
Perjés Tamás (Kantar Hoffmann)

11.20–11.35
Előadás

Miért jó befektetés a sportmarketing? Miért jó egy sportágat, egy csapatot, egy versenyzőt támogatni? Miért jó a hirdetőnek?
Miért jó a tévéknek, rádióknak, a sajtóknak és az influencereknek a sporttal foglalkozni?
Előadó: **Kocsis Julianna** és **Szélig Viktor** (AV19 Fehérvár)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

12.20–12.45
Előadás

Egymás nélkül mozdulatlanná merevedhetnek.
A gazdaság és a kultúra elválaszthatatlan összefonódása. Sokat beszélünk a fenntartható fejlődésről, általában igen szkeptikusan, mivel a fejlődés látszólag feltételezi a folyamatos növekedést, s így a Föld erőforrásainak elhasználását. Ilyenkor elfeledkezünk arról, hogy a kultúra és a tudomány, sőt a filozófia termékei is gazdasági értékek, amelyek ráadásul a Föld erőforrásait nem különösebben használják ki. Így érhető el, hogy a GDP dollárban kifejezve folyamatosan növekedjék, miközben tonnákban és felhasznált erőforrásokban mérve folyamatosan csökken. Más szavakkal: a világ GDP-jének egyre nagyobb része fog olyan dolgok megtermeléséből állni, amelyek nem közvetlenül létszükségletek. Erre rímel a neuropszichológia egy frappáns eredménye is: létfontosságú, hogy időnként olyan tevékenységeket is végezzünk, amelyek nem létfontosságúak.
Előadó: **Mérő László**

12.45–13.05
Előadás

Civilizációk alkonya.
Nincs rosszabb egy unatkozó társadalomnál.
Mire lesz szellemi potenciája, ereje az olvasatlan nemzedékeknek, akiknek nem alakul ki a fantáziája, az EQ-ja, filozófiája is 147 karakteren és 10 másodperces videókon építkezik? Ők mit adhatnak majd tovább a következő nemzedéknek?? Mitől ember az ember?
Előadó: **Pogátsa Zoltán**

Kék terem

11.55–12.10
Előadás

Research Hungary
Tényleg elég a Z-Genre lőni?
Consumer Panel alapokon a háztartások vásárlási szokásai korcsoportonként 29–65 között. Az FMCG termékek.
Előadó: **Bodnár Krisztina** (Consumer Panel Services Hungary)

12.15–12.30
Előadás

Research Hungary
Reklámok Mezőkövesdtől Miskolcig.
Egy átlagos napon egy átlagos néző több mint 34 percen keresztül lát reklámokat a televízióban. (Ennyi idő alatt autópályán el lehet jutni Mezőkövesdtől Miskolcig.) Ebből 8,9 percet tesz ki a gyógytermékek, további 6,6 percet a kereskedelmi témákhoz kapcsolódó hirdetések és 4,1 percet az élelmiszerreklámok nézése.
Ez sok, vagy kevés? Egy nézőnek biztosan sok, a hirdetőnek és a tévétársaságnak viszont biztosan kevés.
Előadásomban a televíziókban sugárzott reklámok és azok nézése kapcsán fogok felfedni néhány érdekességet, és az is kiderül, hogy ha akarnánk, tudnánk-e egész nap (egy nap huszonnégy órájának minden percében) kizárólag reklámokat nézni.
Előadó: **Őrsi Zoltán** (Nielsen)

Ezüst terem

Egy kis futurológia

12.40–12.55
Előadás

Kik lehetnek korunk látnokai, avagy kinek a főpap, kinek a Nostradamus.
Nostradamustól kezdve Leonardon át Verne Gyuláig és a sci-fi írókig a különböző nagy jósok szerepe, vizsgálata a jóslataik beteljesedésig. Mennyire volt ezeknek bármilyen logikus alapja, mennyiben klasszikus belemagyarázás, amire ha történik valami hasonló, akkor ráhúzható, igazolható, hogy „ugye megjósolta”, amennyire jó tipp a meglévő irányokból és mennyire a megmagyarázhatatlan zseniség. És itt jön be, amikor arra használom a tudásomat, hogy elhitessem az emberekkel, hogy látom a jövőt.
Előadó: **Csorba László**

12.55–13.10
Előadás

Research Hungary
Tudjuk-e már, hogy eszik-e vagy isszák?
Mennyien használják? Kik használják? Többen használják, mint egy éve? Megbarátkoztunk már vele, esetleg (még) jobban félünk tőle? Mire és hogyan használjuk és milyen lehetőségeket, félelmeket társítunk hozzá 2024-ben? Az AI lakossági körképünk 2024-ben is folytatódik.
Előadó: **Sági Ferenc** (NRC)

13.10–13.25
Előadás

A mi Újszövetségünk! Adjuk meg a tudománynak, ami az övé. A futurológia ma divatos neve: prediktív analitika. Lényege: Az intuíció legjobb barátja az adat. Minél többet tudunk és értünk a fogyasztóról (memetika), annál pontosabban becsülhetjük meg a jövőt.
És ha ezt a két fegyvert egy hadrendbe állítjuk, szem nem maradhat szárazon.
Előadó: **Kun Miklós** (EssenceMediacom) és **Vernyik Imre** (Fourfourlab)

Zöld terem

12.05–12.20
Előadás

Érkezhet-e a kultúra TikTokon?
Előadó:
Dejcző Alexandra (Lounge Group)

12.20–12.35
Előadás

Research Hungary
Tudjuk-e, hogy valójában melyik média befolyásol?
A hirdetők? A média? Vagy már a tech vállalatok? Egyre inkább úgy tűnik, hogy a média inkább már csak rohan a korábbi pozíciója után, amit ebben a rohanásban már elvesztett, de vagy nem vette még észre, vagy nem akarja észrevenni. Ha befolyásolás a lényeg, de vajon kinek mekkora lehetősége van még erre, vagy mennyi munkát kell ebbe beletennie? Ha csak a Dorko-s esetet nézzük, nem a kreatív, vagy a 444 hozta itt a befolyásolást, ők csak tájékoztattak (még a kreatív se állt bele olyan mély szakmaisággal a kérdésbe), a véleményvezérek léptek be befolyásoló tényezőként ide.
Előadó: **Sólyom Balázs** (Trendency)

12.35–12.50
Előadás

Mit adhat nekünk ma a média? Mit várhatunk a hazai tartalomgyártóktól azért, hogy a hirdető NE a hagyományos médiatartalom-mentes globálisoknál hirdessen?
Előadó: **Szinai Ádám** (CIB Bank)

12.50–13.05
Előadás

A politikai kommunikációs retorika és márkakommunikáció találkozása a boncasztalon.
Előadó: **Bőhm Kornél**

Arany terem

11.35–11.50
Előadás

Élő események: a szurkoló kiszolgálása.
személyre szabott élmények
kik csinálják ezt jól külföldön?
és itthon?
Előadó: **H. Nagy Máté** (DVTK)

11.55–12.10
Előadás

A streaming a sportközvetítések jövője.
Előadó:
Szabó Balázs (RTL Magyarország)

12.10–12.30
Előadás

Sportolói márkaépítés.
Előadó: **Kosaras Renáta** és **Kozák Luca**

12.35–12.50
Előadás

A sport helye a fejekben.
Miért nézzük, miért szurkolunk, miért csak az arany ér valamit? Milyenek a sportmédiát fogyasztók attitűdjei, amire a média és a hirdetők támaszkodhatnak?
Előadó: **Dr. András Krisztina** (Óbudai Egyetem)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

13.05–13.20
Előadás

Munkahely és törzsi kultúra.
Pátosz, logosz, étosz.
Hatalom magam felett és a csoporton belül.
Előadó: **Szűcs Gergely**

13.20–13.50
Előadás

New Age gazdasági, üzleti filozófia.
Az amerikai üzleti filozófiai irányzatok egymásnak feszülése.
Mik mozgatják a Szilícium-völgy „trendelőit"? Az E/Acc és a Doomsday mozgalom közötti vita, avagy a tudás igazsága(i) és következményei.
Előadó: **Horváth László** (USA)

13.50–14.15
Fórum

„Lélek/kultúra nélkül nincs változás." A legtöbb digitális transzformáció azért bukik el, mert a felszíni folyamatokra/rendszerekre fókuszál, ahelyett, hogy a kulturális/meggyőződésbeli szintekre menne le, ahol az igazi változások kezdődnek…
Résztvevők: **Őri Gergely** (JatekNet), **Zabari István** (Lumenet)
Vezeti: **Donáth Fruzsina**

Kék terem

12.30–12.45
Előadás

A „reklámmentes világ".
A technológia adaptációja még nem minden. A reklámmentes világ azt is jelenti, hogy a jövő termékeit, szolgáltatásait, a jövő technológiáját nem lehet a múlt üzleti folyamatai mentén piacra és a fogyasztó elé vinni.
Ebben a változásban a (média) ügynökségek szerepe is át kell alakuljon. Média planning helyett communications planning, paid media helyett minden médiaként tud üzemelni. Ami akár olyan fundamentumokat is érint, mint a díjazásuk.
Valamint megvizsgálandó, hogy ez az átalakulás milyen előnyöket és feladatokat ró a hirdető-ügynökség-fogyasztó szereplőkre.
Előadó:
Barta Attila (Magyar Telekom)

12.45–13.20
Fórum

A jövő reklámfogyasztói már köztünk élnek.
Résztvevők:
Ádám Vera (Wavemaker),
Blaumann Debóra
(Erste Bank Hungary),
Horváth Rita
(Publicis Groupe Hungary),
Kanyó Roland (DM),
Pantl Péter (MOL),
Vízkeleti Ildikó (Auchan)
Vezeti: **Szalkai Réka** (Mastercard)

Ezüst terem

13.30–13.45
Előadás

A mesterséges intelligencia kreativitása.
Előadó: **Major Zoltán** (Dentsu)

13.45–14.00
Előadás

Zenében mondom el – a zene mint kommunikációs forma az őskortól az AI által komponált zenéig. Láttak már mesterséges intelligenciát szaxofonozni? Na ugye!
Előadó: **Tóth Viktor**

14.00–14.15
Előadás

Digitális zenebona.
Előadó: **Császár Előd**

14.15–14.40
Fórum

AI (JAJ)! Az Elmék (H)arca: Emberi vs. Gépi Intelligencia.
Egy a MI szakértője és egy pszichológus, emberközpontú, irányultsággal, felhívva a figyelmet a gyors technológiai fejlődés veszélyeire, a lélek és elme gondozására – osztja meg gondolatait, tudását és nézőpontját. A vita izgalmát az adja, hogy mindkét szakértő a saját területét képviseli, ahol szakértelmükkel érvelnek az általuk vallott nézet mellett. (pl. a mesterséges intelligencia képviselője, a gépek intelligenciájának kifinomultságát és hatékonyságát hirdeti, míg pszichológiai szemszögből, az emberi intelligencia egyedülálló és megfoghatatlan vonásait hangsúlyozza.)
Beszélgetés a közönség bevonásával – Előtte kérdéseket gyűjtünk,
Résztvevők:
Keleti Arthur és **Tari Annamária**
Vezeti: **Juhász Bálint**

Zöld terem

13.05–13.40
Fórum

Szilánkosodó média, szilánkosodik a krízis, szilánkosodik a kríziskommunikáció is?
Résztvevők: **Balázs Ildikó** (Auchan), **Bőhm Kornél**, **Maczelka Márk** (SPAR), **Pálfalvi Márta** (Provident), **Tüskés Henrietta** (Bayer)
Vezeti: **Szinai Ádám** (CIB Bank)

13.40–13.55
Előadás

Az ember, aki elvesztette a természetét. Az algoritmusok ellaposítanak bennünket.
Előadó: **Teremi Balázs** (OTP Bank)

13.55–14.35
Fórum

Gondolatkísérlet: Mi történne, ha megszűnne a hagyományos értelemben vett lineáris média? A kérdés nem is annyira ördögtől való! Ha így megy tovább, a globálisok elintézhetik, hogy sem média, sem hazai kereskedelmünk ne legyen.
Mit adhat a média ahhoz, hogy nélkülözhetetlen legyen egy társadalom számára?
Hogyan alakítják át a személyes adatokat a globálisok, és valóban tehetetlenek lehetünk ellenük?
Fórum beszélgetés:
Bőhm Kornél (Spin doktor, aki az üzenetekkel befolyásolja az (unatkozó) társadalmat),
Major Helga (Publicis Groupe Hungary),
Kovács András Péter (Yettel),
Mondovics Péter (Mastercard),
Murányi Linda (Erste Bank Hungary),
Szigeti Péter (Central Médiacsoport)
Vezeti: **Teremi Balázs** (OTP Bank)

Arany terem

12.50–13.05
Előadás

Különleges sportmarketing megjelenések. Esettanulmányok
Milyen hirdetői megjelenések, és milyen extrém támogatások léteznek a különböző sportoknál?
Előadó: **Tóth Dávid**
(Falco-Vulcano Energia KC Szombathely)

13.05–13.50
Beszélgetés

Élő sport: a lineáris tévétől a podcastig. Kinek éri meg sporttal, mint tartalommal foglalkozni?
Lehet-e valós veszély a hagyományos médiának az újgenerációs médiumok?
Klasszikus televízió.
Ingyenes és fizetős live streaming megoldások.
On-demand visszanézhető események a szolgáltatónál.
Second screen megoldások itthon és külföldön.
Trendek, és ha kis szerencsénk van, statisztikák.
Miért jó ez a tévéknek, rádióknak, a sajtóknak az influencereknek a sporttal foglalkozni?
Hogyan forduljanak a sport felé a tévék, a podcasterek, a rádiók, a youtuberek, sajtó és rendezvények szervezői?
Kikkel kell szembenéznie a hagyományos média szereplőinek, ha a sportba szeretnének belépni? Esport? YT, heti közvetítések?
Résztvevők: **Felkai György** (MVM), **Harcsa Beáta** (Mizo-Bonafarm), **Juhász-Váczi Heni**
(Whitedog Media),
Pataky Piroska (MBH Bank),
Sántha Tamás (Magyar Telekom),
Schneider Henrik (Nielsen)
Vezeti: **Radnai Péter** (AMC)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

14.15–14.30
Előadás

Szót kér a Z generáció
A világ és benne ÉN.
Az embernek világa, az állatnak környezete van.
Az alcímben szereplő gondolatot lassan száz éve vetette papírra Heidegger, de aktualitásából mit sem veszített. A poszthumanizmus korában elmosódni látszanak az ember-állat és az ember-gép határok, fontos, hogy szót kaphasson a filozófiai antropológia, amely az embert mint embert képes szemügyre venni, ezáltal az aktuális kihívásokra is válaszokat kínál. Az emberi világ nem egyszerűen egy konténerfogalom, melybe belehajigáljuk a körülöttünk lévő tárgyakat, ennél sokkal többet jelent. Az emberi világ megértése elengedhetetlen ahhoz, hogy a művészetet, a nyelvet és a vallásos jelenséget elhelyezhessük. Izgalmas utazás lesz ez az ember középpontja felé, tartsanak velem!
Előadó: **Endrédy Balázs**
(Pázmány Péter Katolikus Egyetem)

14.35–14.50
Előadás

Amiért a konteók születnek.
Előadó: **Szvetelszky Zsuzsanna**

14.50–15.05
Előadás

Filozófia, pszichológia, kultúra: merre tovább?
Miért van szüksége az ember lelkének a romantikára?
Előadó: **Aczél Petra**

Kék terem

13.20–13.35
Előadás

A marketingtudomány elfeledett természeti törvényei. A jó marketinges a megfelelő környezetbe a megfelelő hangolással helyezi a kereskedelmi üzeneteit és nem az üzenettel nyomul egy testidegen környezetben, úgy, hogy abból reklámzaj keletkezzen. A marketing egy összetett tudomány. A társadalomtudományok összessége. Közgazdaságtan, pszichológia (filozófia), alkalmazott matematika, szociológia, vezetés tudomány. A marketinges nem csak üzletember
Nem szolga, hanem segítő.
Értünk mondanék pár szót.
Előadó:
Mező László (EssenceMediacom)

13.35–13.50
Előadás

Amikor már felszisszenni késő lesz. A márka eltűnése a sales marketing fala mögött.
Előadó:
Csereklei Zoltán (Pelenka.hu)

13.50–14.05
Előadás

Csak egy dobásunk lehet! A médiatervezés filozófiája egy nem multicég szemszögéből.
Vegyünk példát a KKV-ék médiatervezési szempontjaiból.
Előadó:
Metykó Tibor (Euronics)

Ezüst terem

Nem félni kell, hanem látni a jövőt, hogy felkészülhess!
Tanuljuk meg elképzelni az elképzelhetetlen, elgondolni az elgondolhatatlant, megkérdezni a megkérdezhetetlent!

14.40–14.50
Előadás

Hogyan legyünk jövőbe látók?
Nyisd ki a képzeleted!
Előadó:
Rab Árpád és **Csermely Ákos**

14.55–15.10
Előadás

Nyisd ki az elméd!
Hogyan kell(ene) képezni magunkat, hogy el tudjuk képzelni az elképzelhetetlent, hogy el tudjuk gondolni az elgondolhatatlant?
A spekulatív design.
Előadó: **Blaumann Edit** (MOME)

15.10–15.30
Előadás

Hogyan legyünk empatikusak, akarom írni, profi empatikusok?
Hogyan nyissuk magunkat ki a világ felé?
Miért kell érzékenyíteni magunkat és növelni az EQ-nkat és empátiánkat?
Előadó: **Tari Annamária**

Zöld terem

14.35–15.00
Fórum

Mit adhat a kultúrának a fizetős fal? Mit adhat a fizetős fal a minőségi tartalomhoz? Kicsit szkeptikus vagyok azzal szemben, hogy a média szilánkosodásának időszakában lehet előfizetéses médiumot indítani. De valószínű én látom rosszul.
Résztvevők:
Bognár Bálint (Central Médiacsoport),
Juhász Edina (Ringier), **Szabó Zoltán** (HVG)
Vezeti: **Pohly Ferenc**

15.00–15.35
Fórum

Színház: Ember a színpad előtt.
– Hogyan kell témát választani, hogy eladható legyen a jegy?
– Miként változott a színház, az általános kultúra az elmúlt 20 évben?
– Nincs két egyforma közönség: Hogyan kell, ha egyáltalán lehet, hangolni a színészi előadást, ha látszik, hogy „ma nem úgy reagál a közönség, mint tegnap?"
– Mit tehet egy színész, egy producer a hazai kultúra ápolásáért, nem blablát, hanem valós javaslatokat várnánk…
– Mit nem bocsát meg a közönség?
Résztvevők:
Illés Gabriella (TulipánTündér Produkció),
Kamarás Iván, Szabó Győző
Vezeti: **Szily Nóra**

15.35–15.50
Előadás

Szót kér a Z generáció
Művészet, felelősség és érték.
A mostani fiatalok egy része erősen kezd visszatérni a művészfilmek által közvetített kultúrához, kevésbé a tipikus gagyi vígjátékokat kedvelik. Milyen felelőssége van a Z-sek gondolkodásában például egy tabudöntögető, máz alá néző filmnek, és egy színésznő miért tekinti értéknek, hogy hasson a generációjára.
Előadó: **Román Kata**

Arany terem

13.50–14.30
Fórum

Hány kampányt bír el egy EB és egy olimpia?
Az EB és az olimpia hazai szponzorai.
Potenciális kerekasztal.
Mivel lehet kitűnni?
Milyen nehézségekkel kell számolni?
Mennyire kötnek gúzsba a szabályozások?
Vissza tud jönni a magyar piacon a befektetés?
Résztvevők:
Bakcsy Szilárd (RTL Magyarország),
Erdélyi Eszter (Atmedia),
Kovács Kinga (Gorenje – Hisense),
Nagy László
Vezeti:
Barnóth Zoltán (Adaptive media)

Az online videóhirdetések tündöklése és növekedési potenciája.
Házigazda:
Tóth Szilvia és **Tuza Norbert**

14.30–14.45
Előadás

Influencerek – Hogyan tud megverni egy tini akár egy közepes kábel csatornát is nézettségben? Bemutatjuk, hogy az Y és Z generáció miért online fogyaszt videós tartalmat, leginkább a YouTube-on?
Előadó:
Farkas Dániel (Star Network)

14.45–15.00
Előadás

Videohirdetések az on-demand médiában.
Előadó: **Horváth Tamás** (Teads)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

15.05–15.55

Fórum

Őszintén hittel hazudni.
Őszintén hittel hinni!
Kis cinizmussal írhatom: Csak egy dologban lehetsz biztos: csak az nem igaz amit látsz, amit hallasz, de minden más elképzelhető?
Miért van szükségünk a filozófiára és a sorok közötti kommunikációra?
Nem találtam egy vallási parancsolatban sem, pl. a kőtáblában sem, hogy „ne hazudj". De miért is nem?
Egyszer azt mondta egy barátnőm – aki kb. 20 évvel volt idősebb nálam, és én épp kiborultam, hogy mennyi-menynyi hazugság van az életben: „Ákos, mindenki hazudik, ezt kell megtanulnod, meg kell tanulnod kezelni."
Igen, a világ nem fekete fehér, de sok ember lakja. Mindenki más, de van egy közös bennük: mindenkinek van érdeke és eszerint kommunikál, mond igazat vagy hazudik, az altruizmustól a nárcisztikusig, a széplelkűtől az önző dögig.
Sorok, drága sorok közötti értelmek, szimbólumok, és szellemiség. Hol lesz helye a szép irodalmi megfogalmazásoknak egy következő, 147 karakteren nevelkedett nemzedéknek, és ők, Ők mit tudnak majd átadni? Nem mehet ez így tovább. De mit tehetnénk, mi hirdetők, médiások, a piacunkért és a kultúráért?
Fórum: **Aczél Petra**,
Ilku Miklós (Index),
Mező László (EssenceMediacom),
Pogátsa Zoltán,
Szalai Zoltán (Mandiner),
Szigeti Péter (Central Médiacsoport),
Vezeti: **Holló Márta**

Kék terem

14.05–14.45

Fórum

A tüneti kezelések és egészségben tartás.
A szélsz kommunikáció csak rövid távon ad eredményt, hosszú távon megöl(het)i a márkát.
Az elmúlt pár évben egyre inkább háttérbe szorul a márkakommunikáció. Gyakran beszélünk a hosszú távú márkaépítés fontosságáról, arról, hogy mi az ideális 60% / 40% arány a long term / short term márkaépítésnél, repkednek a népszerű buzzwordök (purpose, mission, impact stb.) miközben ma, ha körülnézek a vállalatok marketingkommunikációjába, akkor döntően csak sales fókuszú üzeneteket látunk. Kuponokat, promóciós napokat, azonnali kedvezményeket hirdetünk, árakkal versenyzünk és 2 éves hűségszerződéses ajánlatokkal 9.999 forintért. Sokkal kevesebb az image reklám, sokkal kevesebb üzenet szól a márka értékeiről, társadalmi szerepvállalásairól. Nos, ez a beszélgetés nem a közös picsogásról szól, hanem egyfajta kiútkeresés.
Hogyan győzhetjük meg a cégvezetőket és a döntéshozókat arról, hogy mi a rövid és mi a hosszú távú érdekük?
Résztvevők: **Baranyi László** (Publicis Groupe Hungary),
Blaumann Debóra (Erste Bank Hungary),
Csereklei Zoltán (Pelenka.hu),
Juhász-Váczi Heni (Whitedog Media),
Metykó Tibor (Euronics),
Sommer Ádám (Praktiker),
Vezeti: **Gesztesi Gábor** (DIEGO)

Ezüst terem

15.30–16.30

Fórum

Hogyan legyünk futurológusok? Miként legyünk képesek felkészülni a beláthatatlan jövőre? Hogyan tudjuk az ismeretlenből fakadó félelmeinket csökkenteni? Trenírozni fogjuk most magunkat!
Kimutatott tény, hogy félelmeinket erősen tudjuk csökkenteni azzal, ha magára a változások kezelésére készülünk fel. Gondoljuk el az elgondolhatatlan, képzeljük el az elképzelhetetlent, és kérdezzük meg a megkérdezhetetlent!
Állítsunk fel jövőképeket és protokollokat! Építünk egy kályhát, ahonnan indulhat a jövő tánca.
De, hogyan is nyissuk ki a lelkünket, hogyan tudunk felkészülni arra, hogy mi lesz 10 év múlva? Milyen út vezet majd oda?
A felgyorsult változások egymásra is hatnak. Az ismeretlenre is fel lehet készülni!
Szakembereket kértem fel - közgazdászokat, fenntarthatósági szakembereket, tech. újságírókat, marketing filoszokat, adat, algoritmus és uram bocsá' a MI zsonglőröket, írják meg a naplójukat, írják meg saját jövő naplójukat, mintha 2034. április 10-20-at írnánk.
Ők 10 napig egy online naplót vezetnek, hogyan működik az élete az adott körülmények között.
Ilyen forgatókönyv lehet például:
Lehűtjük a Földet, és úgy kell élni.
Egy 50 literes vízkorlátozás van. Vagy egy olyan járvány indul el, ami húsallergiát okoz, és senki nem mer húst enni. Összegzünk és átbeszéljük a tanulságokat.
Résztvevők: **Bánki Attila, Blaumann Edit, Juhász Edina, Kis Gergely, Köves Alexandra, Litkai Gergely, Mondovics Péter, Vernyik Imre, Mesterséges Intelligencia**
Vezeti: **Rab Árpád**

Zöld terem

15.50–16.10

Előadás

Nem kell megvágni, csak sűrűn új és újabbakat leadni!
Az újkultúra rövid videókon érkezik. Szellemiség humor. Szellentés és vihogás.
Előadó: **Varga Livius**

16.10–16.25

Előadás

A közszolgálat appon érkezik: Hogyan fér el egy oroszlán a zsebedbe?
Előadó: **Varga Péter Dávid** (Smart Design)

16.25–16.40

Beszélgetés

Szemlélem az embert.
Beszélgetés: **Gazsi Zoltán** (Eisberg Hungary) és **Szily Nóra**

16.40–17.25

Beszélgetés

Kultúrát a magyar médiába!
A hagyományos média kultúrateremtő és közvetítő szerepe.
Résztvevők: **Csáti Melinda** (Ringier Hungary),
Laczkó Endre (Atmedia),
László Krisztina (Remind),
Milassin Levente (MFB)
Vezeti: **Hegyi Nóra** (Kolibri Pictures)

Tévedhet-e új utakra a reklámkultúra? Vagy ez nem lehet tévedés? A hívatlan reklám és a pozitív emlékek vs. A vakuvillanásával beégett visszaemlékezés

17.25–17.40

Előadás

Research Hungary
Mit csinálnak az emberek a reklámblokk szünetében? Hányan és kik nézik meg a reklámokat? Kik azok akik content-nek tekintik a reklámokat? Mitől hallgatnak egy márkára, a reklámok vs. egyéb tevékenységek szerepe.
Előadó: **Perjés Tamás** (Kantar Hoffmann)

Arany terem

15.00–15.15

Előadás

Mit kell tudnia egy jó reklámszpotnak az on-demand médiában?
Mikortól ér el egy reklámszpot olyan minőséget, hogy akár a reklámblokkon kívül is meg akarjuk nézni?
Miben különbözik a tévés reklámblokk egy Connected tv reklámszpotjától?
Előadó: **Moldván Ákos** (Vodafone)

15.15–15.30

Előadás

Miért jó vagy nem jó egy interaktív reklámszpot…
Előadó:
Lendvai Klaudia (Lounge Group)

15.30–15.45

Előadás

Virtuális influencerek a tévében és az online médiában.
Előadó:
Csikesz Erika (TV2 Média Csoport) és **Weiler Péter**

15.45–16.20

Fórum

Mennyit hirdetési költséget lehet spórolni egy tökéletes reklámszpottal?
Kinek éri meg, és kinek nem online videohirdetést készíteni? (tévé, vs. social media)
Beszélgetés:
Jedlicska Márton (Publicis Groupe Hungary),
Kovács Péter (YouTube),
Lunczner Ádám (Mindshare),
Szabó Béla (Magyar Telekom)
Vezeti: **Pohly Ferenc**

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

15.55–16.15
Fórum

Szót kér a Z generáció
Egyszerűen csak csinálni kell.
Beszélgetés: **Wettstein Albert**
Vezeti: **Holló Márta**

16.15–16.30
Előadás

Tarolnak a digitális hódítók. Hogyan gyarmatosítanak a világ digitális hódítói?
Nézzük meg az elmúlt 10 évet! Mire lehet következtetni az elkövetkezendő 10 évre?
Előadó: **Bőgel György**
(E-Commerce Hungary)

16.30–16.45
Előadás

Research Hungary
A hazai kereskedelem 10 éve. Merre tarthatunk az elkövetkezendő 10 évben?
Előadó: **Madar Norbert** (GKID)

Regisztráció itt!

Kék terem

Olcsó húsnak híg lenne a leve? Mindennek ára van

14.45–15.00
Előadás

Adom a napom – adtam a nevem.
Előadó: **Geszti Péter**

15.00–15.15
Előadás

Új marketing: A változást meglátni nem kell félnetek.
Előadó:
Mérő Ádám (The Coca-Cola Company)

15.15–15.30
Előadás

A marketing transzformációja.
Előadó:
Bánhegyi Zsófia (Szerencsejáték Zrt.)

15.30–15.45
Előadás

A 24. órában. Most vagy soha? A hazai marketingkommunikációs iparágat sújtó nemzetközi központosítás hatásai és a lehetséges kitörési pontok.
Előadó:
Gulyás János (MRSZ/Wavemaker),
Palincsár László (Ernst & Young)

15.45–15.55
Előadás

Média áremelés, aminek a hirdető is örülne.
A média boltban GRP-t, megjelenést, szpotot, plakáthelyet, kattintást stb. lehet venni, de a hirdetők számára ezek csak közbülső hozzávalók. Lehetne átalakítani a reklámhelyek értékesítését úgy, hogy a hirdetőnek magasabb értéket jelentsen, és így ugyanazt az inventory-t magasabb áron lehessen eladni. Egy-két ötletem biztosan lesz.
Előadó:
Juhász Péter Tibor (Vodafone/DIGI)

Ezüst terem

Sales Hungary
A jövő (reklám)fogyasztói!
A jövő vásárlói!

16.30–16.45
Előadás

Smarketing!
Megváltozó fogyasztók.
Megváltozó fogyasztói utak.
Megváltozott értékesítési láncok. Mindenkit másképpen kell kezelni.
Előadó: **Nagy Barnabás**

16.45–17.00
Előadás

Miként változik a nagyértékű termékek marketingkommunikációja a különböző ügyfelek attitűdjének figyelembevételével?
Előadó:
Mocsai Zoltán (Peugeot)

17.00–17.20
Előadás

Generációk változása:
Mikor vesztik el a fiatalok a szüzességüket?
Hány éves kortól szülnek a hölgyek?
Hogyan szeretnek a fiatalok birtokolni?
Ki mikor szerzi a jogosítványát?
Honnan kulturálódnak?
Előadó: **Steigervald Krisztián**

17.20–17.40
Előadás

A közönség tagjainak már van egyéni és csoport személyisége és attitűdje.
Minden más, ha ismered a közönséged. Miért más a kommunikáció, ha szinte személyesen ismered a közönséged, mint amikor a tömegbe lősz?
Előadó: **Törőcsik Mária**

Zöld terem

17.45–18.00
Előadás

Szót kér a Z generáció
Újgenerációs márkák.
Előadó: **Trunk Tamás**

18.00–18.10
Színház

Színház: A festett ördög – neked tényleg a divat mondja meg, hogy ki vagy? Egyes piaci szereplők a folyamatos .99-re végződő árakban, a folyamatos akciózásokban, az outlelt-politikában és mindezek arcba tolt reklámozásában hisznek. Vannak azonban olyan termékek/szolgáltatások, amelyek önmagukon túlmutatnak. Itt nem lényeges az árcédula, az ár-érték arány, de az sem, hogy valóban szükségünk van-e az adott portékára. Ezek igényeket teremtettek. A „klubhoz tartozás" érzését ígérő termékek, márkák. Kell! Sokszor irracionális módon kell. Ez a Sneaker! Hiszen ez az iPhone! A kérdés tehát, hogy miképp tudunk úgy építeni egy márkát, hogy nem a reklámok, nem az akciók, hanem a hozzájuk társított megfoghatatlan attribútumok adják el, így tud nőni. Mert jobb, ha tudod: A Márka Evangéliumát megírhatod ugyan, élhetsz úgy, mint amit hirdetsz, de hogy ebből egy kiscsoport lesz az oviban, vagy világvallás – no ez nem csak rajtad múlik. A kulturális kódfejtésre pedig hiába küldöd rá az AI-t, de az is mindegy, hogy milyen vastagon fog az influenceruzád!
Testbeszél:
Lőrincz Emma és **Feicht Zoltán**
Magyar hangjuk: **Csajbók Mariann**

Arany terem

16.20–17.20
Fórum

Bújjunk ki a globálisok halálos öleléséből!
Gondolatkísérlet – Üzletfilozófiai beszélgetés.
Csináljunk saját, közös tulajdonú, B2B videomegosztót, hogy ne függjünk egy globálistól sem.
Ne osszuk meg magunkat!
Lehet-e közös hazai videomegosztót csinálni?
Mit tennénk rá?
Mi lehet a méretgazdaságosság kritériuma?
Kik a globálisok -csak hogy tudjuk kik vannak jelen?
Most mennyire vagyunk globálisak: tartalmak/csatornák hazai és nemzetközi bontása, műszaki megoldások globális kérdései.
Milyen feladatok jelennek meg egy ilyen tartalom megosztás esetén (aggregátor=platform, kliens, content), itt mennyire kapcsolódunk a globálisokhoz – mennyire vagyunk most globálisak?
Small is beautiful vagy csak kicsi – méretgazdaságosság problémái és hasznai.
Vitaindító:
Rajki Annamária (Magyar Telekom)
Résztvevők:
Bognár Bálint (Central Médiacsoport),
Csikesz Erika (TV2 Média Csoport),
Erdélyi Eszter (Atmedia),
Grósz Judit (RTL Magyarország),
Németh S. Szilárd (ATV),
Pajor Attila (GroupM),
Rajki Annamária (Magyar Telekom)
Vezeti: **Barnóth Zoltán**
(Adaptive Media)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

16.45–17.25
Fórum

Ez nem csak az állam dolga.
Feketekereskedelem a neten.
Miért kell(ene) a tisztességes üzletben gondolkodóknak a piacukat védeniük, és nem csak annyit mondani: „Ez az állam dolga!” Ami pénz a feketekereskedelembe megy, az kiesik a gazdaságból. De mit tehetnek a piaci versenyzők, a média és az állam, ha már vele kezdtük.
Résztvevők: **Bíró Pál** (Google), **Bőgel György** (E-Commerce Hungary), **Esküdt Gábor** (SZTFH), **Fáczán Gábor** (NMHH), **Schöninger Róbert** (NAV)
Vezeti: **Azurák Csaba**

17.25–17.40
Előadás

Szót kér a Z generáció
Vállalkozás szervezés
Még csak 16 éves, de már egyre ismertebb, horgolással foglalkozik, ezzel kapcsolatban készített egy terméket, ami kapott is befektetést a Cápák között c. műsorban.
Előadása arról is szól, hogy miért fontos, hogy az emberek (beleértve a Z-seket, alfákat), ne csak a screenen éljék az életüket, hanem például ilyen kézművességgel töltsék az idejüket. Továbbá elmondja, miért kell időnként kilépni a komfortzónánkból. Pl. amikor marketingezni kötelező!
Előadó: **Nyikonyuk Balázs**

Kék terem

15.55–16.35
Fórum

Vajon miként követte le a reklám ára az elmúlt évek inflációit? Milyen hatással van, lesz ez a hazai média- és reklámpiacra?
Valóban mindenkinek az az érdeke, hogy a médiapiac reklámból tartsa el magát? Mert ha igen, akkor az árakon sürgősen módosítani kellene… de mik a nehézségei egy áremelésnek? Tényleg csak az áremelés az egyetlen megoldás?
Vitaindító: **Somlói Zsolt** (Mindshare)
Résztvevők:
Dudás Gergely (RTL Magyarország), **Juhász Péter Tibor** (Vodafone/DIGI), **Kosaras Klaudia** (Atmedia), **Mérő Ádám** (The Coca-Cola Company), **Somlói Zsolt** (Mindshare), **Sopov István** (Adaptive Media)
Vezeti: **Tőrös Balázs**

16.35–16.50
Előadás

Nincs itt kérem semmi látnivaló, csak hallgatni kell.
Előadó: **Ráskó Eszter**

16.50–17.05
Előadás

Ki viszi át a szerelmet?
Előadó: **Borsány-Gyenes András** (Network4 Media Group)

17.05–17.25
Előadás

Nem minden arany, ami fénylik.
Előadó:
Fischer Gábor (TV2 Média Csoport)

Ezüst terem

17.40–18.00
Előadás

Szót kér a Z generáció
Mire felszisszenünk már késő lesz! A Z generáció kapcsolata az újfogyasztói társadalommal.
Előadó: **László Miklós** (Diverzum)

18.00–18.15
Előadás

Fiatalok jövője, jövő fiataljai.
Kiknek fogunk hirdetni jövőre és 10 év múlva?
Milyen lesz a jövő (reklám) fogyasztója?
Előadó: **Rácz Anna Flóra** (Mastercard)

18.15–18.30
Előadás

Research Hungary
Generációk vásárlási attitűdjei: 5 éve, mostanság és mi várható 5 éven belül.
Előadó: **Madar Norbert** (GKID)

18.30–18.45
Előadás

Az AI szerepe a kampányfolyamatokban.
Előadó: **Erőss Csaba** (Dentsu)

18.45–19.00
Előadás

Az affiliate csatorna teljesítményének skálázhatósága és mérhetősége (avagy törj az élre, tudd, mely csatornák segítik a márkádat a cél elérésében).
Előadó: **Pónya Anamy** (VIVnetworks)

19.00–19.15
Előadás

Mit jelent a hiperperszonalizáció?
Előadó: **Prezenszki Alex** (Mediator)

Zöld terem

18.10–18.25
Előadás

Egy reklám nélküli világban mit adhatunk el, mit vásárolhatunk?
A márkáknak fel kell készülnie a reklámok nélküli világra. Mert a reklám elég sok szarnak az okozója. Direkt és indirekt módon.
Mi lesz a purpose után?
Előadó:
Szabó Béla (Magyar Telekom)

18.25–19.00
Fórum

Lehet-e a reklám kulturális termék, pl. televíziós műsorszám?
Lehet-e műsorszám, kulturálisan hasznos tartalom a tévéreklám?
A humor és a szellemiség megjelenése a reklámokban.
A legjobb márkaerő az, amikor a fogyasztók által, reklám nélkül erősödik meg a termék. De hogyan lehet reklám nélkül márkaerőt nyerni?
Beszélgetés
Résztvevők:
Kassitzky Attila (Dot Creative), **Kiricsi Dávid** (Erste Bank Hungary), **Vernyik Imre** (Fourfourlab), **Pőcze Balázs** (Mito Creative), **Szabó Béla** (Magyar Telekom)
Vezeti: **Szűcs Gergely**

Arany terem

Kreativ Hungary
A kreativitás helye a futószalagmarketingben.
Ráhatások(k)
Kreativitás és fogyasztófogatás

17.20–17.35
Előadás

A kreativitás helye a a futószalagmarketingben.
Előadó: **Marosi Gergely** (Mito)

17.35–17.50
Előadás

Mitől szarik be a kreativitás?
Előadó: **Becker György**

17.50–18.05
Előadás

Gondolatok márkáról, termékről, innovációról a pszichoanalízis felől nézve.
Előadó: **Barna Péter** (Magyar Telekom)

18.05–18.20
Előadás

Ragadós reklámok és a tudatos médiafogyasztó: Mikor érjük meg, hogy a szakma megértse, hogy ők bizony értékesek a marketing és médiapiac számára? NEM CSUPÁN EGY STATISZTIKAI SZÁMOK.
Előadó: **Brandt Zoltán** (Darwin’s)

18.25–18.40
Előadás

Originalitás vs másolás – kell a reklám vagy nem? Merre tartanak a márkák? 25 éve adták ki a No Logot (Naomi Klein), változott valami?
Előadó:
Balogh Timea (Magyar Telekom)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

17.40–18.25

Fórum

Egymás nélkül mozdulatlanná meredhetnek.
Beszélgetés a gazdaság, a kultúra és a filozófia összefonódásáról.
2008-ban kezdődött.
Azt folytatódott a vírusfrásszal, a válságokkal, a háborúval.
Azt közben jöttek a buzzwordok, a metaverzum csodálata, a mesterséges intelligencia félelme.
Közben csak egyre gyorsulunk. Ma már tényleg könnyebb utolérni a jövendőmondót, mint a sánta kutyát?
Szükséges volt megérteni, megmagyarázni, mi is történik most a világban, jövőbe látni.
A nagy paradigmaváltásokat a hatalmas kilengések jellemzik. Ennek vagyunk most elszenvedői, tanúi? Valóban?
Amit megértünk, attól nem félünk. Papokat, szellemlátókat, és üveggömbből olvasókat még sem hívhatunk, de segítségünkre lehet a történelem, a filozófia, a közgazdaságtan és valamenynyi társadalomtudomány.
Meghívtunk egy kutatót, egy fenntarthatóság figyelőt, közgazdászokat.
Igaz-e az állításom: A kultúra nem létezhet gazdaság nélkül, de a gazdaság sem a kultúra nélkül.
Filozofálgassunk erről, de csak és szigorúan a napi gyakorlati életbe, a helyezve a realitások talaján maradva.
Résztvevők:
Kenyeres Kinga (Századvég),
Köves Alexandra,
László Csaba,
Oszkó Péter,
Pogátsa Zoltán
Vezeti: **Ganzler Orsolya** (szeretlekmagyarorszag.hu)

Kék terem

17.25–17.50

Fórum

Hogyan változott meg a világ a műsorszolgáltatók számára?
Résztvevők:
Borsány-Gyenes András (Network4 Media Group),
Málnay B. Levente (AMC),
Németh S. Szilárd (ATV)
Vezeti: **Holló Márta** (Magyar Telekom)

17.50–18.50

Fórum

Királyok egymást közt!
Gulyás János (MRSZ/Wavemaker),
Guttengéber Csaba (Atmedia),
Kovács Tibor (Ringier Hungary),
Szalkai Réka (Mastercard),
Vaszily Miklós (TV2 Média Csoport),
Vidus Gabriella (RTL Magyarország)
Vezeti: **Holló Márta** (Magyar Telekom)

Médiatervezés 2024.
A nagy kavalkád.
Szilánkosodó üzlet,
eredményt elváró a tulaj,
Excelben kimutatandó ROI
Növekedni kellene, vagy legalább stagnálni

18.50–19.00

Előadás

Mit állíthatok szembe a reach-csel? Ki dönti, döntheti el, hogy mi kell a hirdetőnek? – Az attention az új reach?
Előadó: **Bacsa Gábor** (Dentsu)

Ezüst terem

19.15–19.30

Előadás

És színre lép a retail média.
Sok jele volt már annak, hogy eljön egy új médiatípus aki beleharaphat a médiapiac kialakult „rendjébe”. Hirdetők, kereskedelmi cégek, saját médiát építenek fel. Az adatvadászat, és az adatok valós, minőségi felhasználása új helyzetet teremt. A fogyasztó itt már NEM csak egy statisztikai szám lesz. Az adat és a tartalom minél magasabb szintű kezelése lehetővé tette, hogy egy új médiatípus kezdje meg működését, amely gazdájának rendelkezésére áll a teljes értékesítési láncon.
Előadó: **Szabó Ákos** (Studio Binär)

19.30–20.15

Fórum

Smarketing.
Alkalmazkodás a piac evolúciós törvényeihez. Smarketing. Mit jelent?
A marketing 8 bástyája: 1. tervezés. A vásárlás folyamatai. Ruházzunk bele, hogy megértsük, hogyan használják a digitális dolgokat a vásárlók. 2. A marketing és a sales egymástól vesznek át feladatokat, a határ elmosódik. Integrált technológia. 3. A performancia mérése a teljes vásárlói útvonalon. 4. A marketing műveletek stratégiai fontosságúvá emelése. 5. Az árak képzése, termékek párosítása 6. Az ár, mint marketing eszköz. 7. Lojalitás megszerzése és megtartása. 8. A fogyasztók evangélizmusa.
Résztvevők:
Gesztesi Gábor (DIEGO),
Madar Norbert (GKID),
Nagy Szabolcs (Scitec Nutrition),
Takács Csaba (ALZA.hu),
Venk László (Adlogic)
Vezeti: **Nagy Barnabás**

Zöld terem

19.00–19.40

Fórum

Mielőtt megvennéd, gondold át, hogy valóban szükséged lesz-e erre a termékre?
Na de ki látott már olyan kereskedőt, aki önmaga üzlete ellen beszél?
Résztvevők:
Kovács András Péter (Yettel),
Pataky Piroska (MBH Bank),
Tóth Orsolya (Media Dynamics)
Vezeti: **Fülöp Gábor** (Provident)

19.40–19.50

Előadás

Színház: A gyilkos humor.
Előadó: **Badár Sándor**

19.50–20.30

Fórum

Hogyan tálald úgy a tartalmakat, hogy eltaláld a meglévő célcsoportjaid attitűdjeit. (User Needs Mode)
Résztvevők: **Alberti Petra** (Marquard Group Hungary),
Kolossváry Balázs (Ringier Hungary),
Pácsonyi Daniella (Centrál Médiacsoport),
Szilágyi Gábor (Remind),
Varga-Nagy Eszter (HEINEKEN)
Vezeti: **Ganzler Orsolya** (szeretlekmagyarorszag.hu)

Arany terem

A Connected/Addressable TV
Mi ez? Egy új hirdetési lehetőség?
A tartalomfogyasztónak miért jobb ez a megoldás, mint az előfizetés, vagy a túlpréselt reklámblokk?
Tényleg ott a tartunk ma már penetráció, technológia és ismertség révén, hogy ezt már érdemes elindítani?
Kitől vesz el pénzt?
Miért nem jó ide a Tv-és és vagy online videós reklámszpot?
Mit érünk az interaktivitással?
Milyen lehetőségek rejlenek benne?
Mi lehet a Connected TV megtérülési képlete?

18.40–18.55

Előadás

Mit jelent a Addressable TV/Connected TV? Milyen előnyei és fogyatékosságai vannak? A Connected TV speciális kreatívjai. Az interaktivitás ereje.
Előadó: **Pintér Felícia** (KINESSO)

18.55–19.10

Előadás

A CTV európai és magyarországi üzleti potenciálja.
Előadó: **Vladimir Arendelovic** (Media Experience)

19.10–19.25

Előadás

Miért pont most érik meg a világ a CTV terjedésére?
Előadó: **Horváth Tamás** (Teads)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

18.25–19.05

Fórum

Versenypiaci dilemmák I.
Fiatal vs. idős munkavállaló
Hogyan szabad nézni, hogy valaki egyke vagy sok testvére van?
Ki hogy látja a felelősségét a hazai kultúra kiteljesedéséért?
Mennyire tudtok előre tervezni? Milyen protokolljaitok vannak a váratlan helyzetekre? (Akár kommunikáció, akár gyártás, akár biznisz.)
Résztvevők: **Gazsi Zoltán** (Eisberg Hungary), **Magyar Mátyás** (Fájdalom Ambulancia), **Dr. Rázsóné Szórády Csilla** (Újház), **Üveges Zoltán** (Raben Group)
Vezeti: **Hegyi Nóra**

19.05–20.00

Fórum

Versenypiaci dilemmák II. – Gondolatkísérlet – A bűvös négyes szám.
Miként működik a hazai versenypiac? Mik a legnagyobb vezetési és stratégiai hibák? (nem nevesítünk) Mekkora hatását látja, érzékeli a globálisok térhódításának?
Szerintük hogyan befolyásolhatta a hazai versenypiacot egy globálisok uralta kis befolyással élő hazai tömegmédia működése?
Résztvevők:
Bodócsi Erika (TV2 Média Csoport)
Forrás Ákos (ALZA.hu),
Marosi László (VOSZ),
Sárospataki Albert (Billingo),
Tomán Szabina (Toman Diet),
Várkonyi Balázs (ED Group)
Vezeti: **Hergár Anna** (Növekedés)

Együttműködésben Növekedés

Kék terem

19.00–19.10

Előadás

Zsong a fejem.
Drive time a rádióban, nem akarom elaprózni magam a TV-ben, az olcsó PPC-vel majd megoldom a kommunikációt, minden SM platform kell.
Előadó: **Ritter Ádám** (PanMedia Western)

19.10–19.20

Előadás

A nem digitális kampányok helye a digitálissá vált környezetben.
Előadó: **Zubcsics Kata** (Initiative)

19.20–20.10

Fórum

Médiatervezés 2024.
Mit állíthatok szembe, milyen KPI-t a reach-csel?
2024-ben mitől lesz hatékony egy médiastratégia, mik a megfelelő mérőszámok? Érdemes-e célozni, magas affinitásra menni, vagy inkább szőnyegbombázni? Más stratégiája lehet iparág, cég életgörbe szakasz, rövid-hosszú távú gondolkodás alapján?
Résztvevők:
Baráth Péter (RTL Magyarország),
Juhász Péter Tibor (Vodafone/DIGI),
Pánczél Gabriella (Nestlé),
Polgár-Várnai Brigitta (EssenceMediacom),
Sopov István
(IAB Hungary/Adaptive Media),
Spielmann Katalin (IPG Mediabrands)
Vezeti: **Holló Márta** (Magyar Telekom)

Lila terem

Influencer találkozó

Szakmai együttműködő partner: P#ST FOR RENT

14.00–15.00

Beszélgetés

Top influencerek a színpadon: Gamerből lett youtuber, mára saját üdítőmárkát vezet be.
Előadó: **Abosi Barni**
Moderátor: **Gelencsér Tímea**

16.00–17.00

Beszélgetés

Top influencerek a színpadon: Lifestyle és sport Influencer
Előadók: **Nagy Beni** és **Eckert Lídia**
Moderátor: **Gelencsér Tímea**

Zöld terem

Atmedia SZÍNHÁZ

20.30–21.30

Színház

Színház! Civilizáció és média.
Csak beszélsz, vagy mondasz is valamit? Ezt a kérdést teszik fel évezredek óta mindenkinek, aki a színpadon, vagy a tollával keresi a kenyerét. Mit lehet elmondani a világról a színházzal? És mire jó a humor? Csak szelep? Vagy szeleptévesztés? És mi van a - korát tekintve - kistestvérrel, a médiával? Melyik marad meg a három közül 50 év múlva, már ha lesz akkor még civilizáció?
Résztvevők: **Badár Sándor**
Vezeti: **Kolovratnik Krisztián**

Köszönetet mondunk kiemelt támogatónknak

Köszönetet mondunk kiemelt támogatónknak

Arany terem

19.25–19.40

Előadás

Are we READY? – a Connected/Addressable TV a műsorterjesztő szemszögéből.
A tartalmak bőségében hogyan tud a műsorterjesztő segíteni az ügyfeleknek eligazodni? Mitől lesz personalized a TV szolgáltatás? A hol és hogyan kérdések ugyanolyan fontosak előfizetőknek, de az elvárásaikkal még ők sem biztos, hogy tisztában vannak. Tud ez segíteni a reklámzaj csökkentésében és a reklámozóknak a jobb célzásban? Milyen műszaki előfeltételei vannak az Adressable TV-nek?
Előadó: **Gyömöri Enikő** (Magyar Telekom)

19.40–20.30

Fórum

Kinek éri meg használni az Add/CTV-t?
Tényleg ott tartunk ma már penetráció, technológia és ismertség révén, hogy ezt már érdemes használni? Kitől vesz el pénzt? Miért nem jó ide a TV-s és/vagy online videós spot? Mit érünk az interaktivitással? Milyen lehetőségek rejlenek benne? Mi lehet a Connected TV megtérülési képlete?
Résztvevők: **Vladimir Arendelovic** (Media Experience),
Erős Attila (Dot Creative),
Horváth Tamás (Teads),
Pajor Attila (GroupM),
Vámos Viktor (Addig)
Vezeti: **Radnai Péter** (AMC)

21.30–03.00

Miért legyek áldás, ha lehetek átok is! Vágyom a tilosba!

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

Fellép: **Zenevonat Szuperprodukció az LGT sztárjaival** és **Horváth Charlie koncertje** lesz a csúcspont.

VIDEOD!SCO by DJS Pozsi & Medgya

Éjfélkor pedig az elmaradhatatlan Tunki Party. Pörkölt, fehér kenyér és savanya.

Digital-Media Hungary – Az üzleti konferencia

A mesterkélt civilizáció forradalma

2024. április 23–24. Siófok, Hotel Azúr

Műfaj: konferencia – színház – kiállítás – koncert – buli

2024. április 24., szerda – Plenáris

8.40–9.00 Kedély korbácsoló

Cirkusz az egész világ, és bohóckodik benne majd minden férfi és nő. Hazudj mindenkinek, hazudj magadnak is, tovább élsz és ma este még ihatsz egy pohár bort!
Hazudj az embereknek: mert a hazugság megsegíti az aznapodat. „Takarj, terelj, de csak azt hiszed nem látnak, vagy azt látnak, amit hiszel!"
„Hazudjunk, hogy látjuk, hogy »nincs itt semmi baj«, bár a globálisok megesznek, de nem ma, hanem csak holnap."
Úgyis csak az számít elfogadottnak, amit kívülről ítélnek meg, az egyéni tapasztalás már semmit sem nem számít.
Mi vagyunk a felellősek, mindenkiért és magunkért!
Eljött hát az új Próféták kora.(?) Egy új influencer járvány kitörni látszik?
De talán nem is elég egy telefon kamerája, meg egy MI alapú posztoló/tartalomterjesztésre előkészítő alkalmazás. Ahhoz, hogy valóban valaki szavára figyeljenek több kell!
Szép beszéd, hasznos mondanivaló és a megfelelő idő, hogy azt a közönség, társadalom valóban befogadja. Krisztusnak is meg volt a „szerencséje". Azt mondta, amit a nép a kor hangulatában hallani akart, és Ő mondta, és tudatosan vagy szerencséjére akkor, amikor ennek ideje lett.
Hogy egy sikeres karizmatikus prófétáknak minden egyes alkotó elemét mennyire kezelte ösztönösen és tudatosan, nem tudni. De azóta azért eltelt 2000 év. Volt időnk megfigyelni, elgondolkodni és filozofálgatni rajta…
Tényleg eljött az új Próféták kora, akik influencer köntösébe bújva köztünk lépkednek egy tócsában? Miért jó barátom a paranoia? Hány éve lehet még a globálisoktól független kereskedelemnek és médiának?
Vajon ki merünk lépni majd a globálisok szorításából? Vagy majd elvernek a botok? Ki védhet meg Téged magadtól és embertársaidtól? Hát ha lesz pajzsod.
Előadó: **Csermely Ákos**

9.00–9.30 Reggeli ébresztő

Hit, hitel, hitelesség a digitális paradicsomban. Megtalálni önmagad? Ezt csak Te teheted meg önmagaddal, mindenki más csak néz(het), és saját érdekét követi, és aszerint tanácsol, vagy nem, de az elég ritka.
Előadó: **Pál Ferenc**

9.30–10.00 Előadás

A dolgok (valódi) természete és a szubjektív valóság. Gondolkodásra ahhoz van szükség, hogy a világ olyan igazságait is megismerhessük, amelyeknek észleléséhez nincsenek külön érzékszerveink (lásd még ideák). Az emberiség többféle nagyon hatékony módszert is kifejlesztett a gondolkodás segítésére. Ezek közül az egyik a tudomány, amelynek egyik fő jellegzetessége, hogy művelése során mindig pontosan tudhatjuk, amit tudunk, azt honnan tudjuk. A tudomány másik fő jellegzetessége, hogy rendkívül alkalmasnak bizonyult a technika megalapozására. Vannak azonban a világ megismerésének egyéb módjai is, például a misztika, a művészet, a mágia vagy akár a hit. Ezek működéséről is beszélni fogok. Az előadás során ki fog derülni, miféle kérdések megválaszolásához melyik megismerési mód a leginkább alkalmas – és ebből a szempontból már nem mindig a tudomány bizonyul a nyerőnek.
Előadó: **Mérő László**

Bordó terem

Commerce Hungary

Majd a botok elvernek

Kiszabadulhatunk valaha a globálisok halálos öleléséből?

Házigazda: **Tuza Norbert**

A terem főtámogatója: T

Kék terem

Human Hungary

Ember és csoportvezetés érzelmi alapon

– Emberi kapcsolatok a munkahelyeken
– A sztereotípiák sötét barlangjai
– Miért van szükségünk filozófiára a pszichológia mellett

Házigazda: **Tóth Szilvia**

A terem támogatója: atmedia

Ezüst terem

PodcastFestival!

Az interaktív média. Podcastok, Vodcastok és a retail media

A non-lineáris média térhódítása

A szabadon választható tartalom médiumai

Házigazda: **Köböl Anita**

A terem támogatója: mastercard

Zöld terem

Influencer járvány! Dávidok és Góliátok. Influencer marketing

Az influenszer marketing folyamatosan jelen van, sőt egyre inkább csak növekszik. Növekedésének és népszerűségének egyik lehetséges oka, hogy képes a környezeti és a közönségben végbemenő változásokat azonnal lekövetni.

Arany terem

Carmarketing Hungary

Nem csak autósoknak, de mindenkinek is, akik nagyértékű vagyontárgyat értékesít, vagy a marketingkommunikációját vezeti.

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

10.00–10.15
(sör)nyitó

Egy új vallás van születőben. Majd ha botok elvernek. Amennyiben hagyod magad.
Az internet forgalom felét már a botok adatkezelése adja.
Vajon tudnánk nélkülük élni?
Hogyan hatoltak az algoritmusok és a botok bele a hétköznapjainkba?
Lassan ez tényleg, ahogy Harari írja, egy új vallás.
Ez lenne a dataizmus?
Előadó: **Bánki Attila** (Vermis)

10.15–10.30
Előadás

Erre is gondoltam, erre is gondoltam, na erre egyáltalán nem.
A Temu-jelenség kezelése: mit tehetünk az óriásokkal szemben? Összegző gondolatok a TEMU betörése alapján.
Előadó: **Szabó László** (GrowwwDigital)

10.30–11.15
Fórum

Nem látjuk a TEMU-tól az erdőt, vagy csupán eufemizmus a kijelentés? Sikeres ecommerce szereplők meglátásai. Sokan le vannak ragadva, hogy számokkal alátámasztva „csodálják" mármár istenítik a Temu eddigi eredményeit. Konkrét trendről beszélnek 3 hónap számai alapján. Nagy valószínűséggel a Temu-nál sokkal erősebb kihívás, hogy továbbra is tarolnak a környező országbeli ecommerce szereplők, illetve még komolyabb belépők is várhatók (Allegro stb.).
Résztvevők: **Madar Norbert** (GKID), **Sásdi Norbert** (pepita.hu), **Schmidt Richárd** (Alinda), **Szabó László** (GrowwwDigital), **Zabari István** (Lumenet)
Vezeti: **Donáth Fruzsina**

Kék terem

10.05–10.20
Előadás

Érzelemkereslet 2024. Na, mi vagy ki nyomja meg a gombot? Életünk érzelemvilága olyan, mint a mozgó inga. Két végpontja az ellentéteket szimbolizálja. A vágyakozás és a nihilizmus, az unalom, a szelídség és durvaság, irigység és nagyvonalúság, az újítás utáni vágy és a változást nem akaró komfortérzet váltogatják egymást. Az újításra mindig igény van, szóban mindenképpen, de a komfortérzetünket, akarva akaratlanul, érzékenyen védjük. Vajon hogyan tudunk detektálni egy kort, egy pillanatot, egy szituációra adható érzelemkeltő választ?
Hol a keményebb, hol az érzelmesebb dolgokat szeretik az emberek. Van, amikor a száraz tények számítanak, máskor pedig az intuíció, az érzelem és az élménynek nevezett valami.
Előadó: **Bőhm Kornél**

10.20–10.35
Előadás

Miért kell megértenem a kor hangulatát? Aktuális feelingek, divatos hangnemek.
Vágyak, ideák és a valóság egymásnak feszülése.
Miért kell megértenünk a kor aktuális hangulatát?
Miért fontos ez, ha embert kezelünk?
Az emlékmegmaradás természeti törvénye.
Előadó: **Szvetelszky Zsuzsanna**

Ezüst terem

10.05–10.20
Előadás

A podcast világ számai:
Hány podcast van ma magyar nyelven? Hány működik? Hányat csinálnak ebből kereskedelmi alapon és Mennyi hobbi podcast van? mekkora egy átlagos (és medián!) hallgatói bázis?
A fiatal generációk hallgatnak-e podcastot vagy ez egy boomer műfaj?
Milyen a podcast szintér a környező országokban? Szlovákia, Csehország, Ausztria, Lengyelország? Mit tanulhatunk tőlük?
Amerikában a podcast sokkal hamarabb vált tényezővé – vajon most a zenitjén van, konszolidálódott vagy még mindig megy felfelé?
Előadó:
Hampuch Richárd (Betone)

10.25–10.45
Előadás

Médiafüggetlenség! Csinálj magadnak saját médiát, médiacsoportot és szabadon alkothatsz éjt-nappallá!
Előadó: **Litkai Gergely**

10.45–11.10
Előadás

Embernek maradni. Az influenszerek és megmondóemberek 10 parancsolata.
Előadó: **Puzsér Róbert**

Zöld terem

Az influenszerkedés a berobbanása óta egyébként is vonzónak számított azok körében, akik éreztek magukban affinitást a tartalomgyártás és a közönség előtti szereplés kapcsán, a pandémia azonban egy újabb lökéshullámot adott ennek a vállalkozási formának.

Az influenszerek számának hirtelen emelkedése a „szakma" túltelítettségéhez vezetett, ami csak ráerősített a szkepticizmusra, amely felütötte fejét a közönség körében a szponzorált tartalmak hitelességével kapcsolatban. A fogyasztók számára egyre inkább kihívást jelentett a fizetett promóciók valódi ajánlásainak megkülönböztetése. Számos olyan eset történt, amikor a tartalomgyártók elmulasztották tájékoztatni a közönségüket, hogy tartalmuk fizetett promóciót tartalmaz, vagy olyan termékeket támogattak, amelyeket nem használtak. Ezek az ügyek aláásták az influenszer és közösségének bizalmi kapcsolatát.

Hát innen indítjuk ezt a szép tavaszi napot. Beszélgessünk egy jót az Influenszerekről és az influenszer marketingről.

Házigazda: **Szily Nóra**

A terem támogatója: TV2CSOPORT

10.05–10.20
Előadás

A menedék: Bárki megcsinálhatja saját magát!
Nem kell hozzá sok(K):
– A napi 36 órát jól kell tudnunk beosztani.
Előadó: **Kovács András Péter**

Arany terem

„Manapság mindenki online végez »kutatómunkát«, ha valamit vásárolni akar. Ez az autóipar ügyfeleivel sincs másképp. Online keresgélnek márkák, tulajdonságok, funkciók stb. után. Mire eljutnak egy márkakereskedésig, (szinte) pontos képet kapnak arról, hogy mit szeretnének és mit nem szeretnének az adott jármű kapcsán. De hogyan juthat el a vevő a márkaboltig, ami márkaboltunkba, és váljék vásárlónkká, úgy, hogy észre se vegye, hogy az egész »vásárló terelés« a mi művünk:

Carmarketing és a láthatatlan kéz marketingje"

Házigazda: **Lengyel Zoltán**

A terem támogatója: mediaworks Content first.

10.05–10.20
Előadás

Autóipari helyzetkép 2024–2034. Elektromos vs. benzines autók jövője.
Előadó: **Szentkuti Ákos** (Totalcar)

10.20–10.35
Előadás

Mit ér a Z-seknek az autó és annak márkája?
Hogyan fogalmazhatjuk meg a jövő autóvásárlójának attitűdjeit?
Előadó: **Horváth Judit** (Cupra)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

11.15–11.30
Előadás

Amennyiben kiviszik a teremtő gépet, mivel fogunk termelni?
Ha a kiviszik a piacunkat a globálisok, akkor hogyan termeljük ki azt a pénzt, amit kivehetnek a hazai gazdaságból?
Előadó: **Pogátsa Zoltán**

11.30–12.10
Fórum

Embertelen kereskedelem.
A kereskedelemben a teljes értékesítési láncnak ma már nincs szüksége az emberre!
Minden automatizálható, ahol lehet már MI-nak minősített rendszerek is bevethetőek.
De ha az ember nem dolgozik, akkor nem is kap fizetést, ugye? Kinek lesz pénze megvenni a termékeinket?
Az embertelen kereskedelem. A termék létrehozásától, az eladás utáni könyvelésig és adózásig.
A felvezető előadásban arról hallunk, hogy egy értékesítési láncon végigmegy az előadó és megmutatja, hogy milyen, már ma is működő rendszerek vannak. Utána pedig kibeszéljük, hogy a rendszerek összekötésével valóban létrehozható az embertelen kereskedelem?
Üzleti filosz beszélgetés.
Résztvevők:
Ángyán Balázs (számlázz.hu),
Darázs Attila (Addict Interactice),
Kis Ervin Egon
(Smart Commerce Consulting),
Mondovics Péter (Mastercard),
Pogátsa Zoltán
Vezeti: **Csermely Ákos**

Kék terem

10.40–10.55
Előadás

Kommunikáljunk meta!
Mit olvasol ki a szeméből? Ne magadból indulj ki! Építsük ki antennáinkat, érezzük partnereink, munkavállalóink és fogyasztóink rezgéseit.
A hagyományos kereskedelemben a sikeres vállalkozó „érzi”, mi kell a vevőinek. De hogyan tudjuk azt a f2f vagy online térben megjelenő érzelmeket detektálni?
Előadó: **Végh József**

10.55–11.10
Előadás

Mit adhat egy X generációs a digitális generációnak?
Generációk igényei, képességei – gyakorló vezető meglátásai a mindennapokból.
Specialisták és generalisták a vezetésben.
Szakember voltál vezető lettél, most vezetője vagy ugyan annak a szakmának, és csapatnak.
Miért mégis az X-esek a vezetők? Milyen tulajdonságaik teszik ezt lehetővé, mit lehet eltanulni tőlük?
Vigyázzatok X-esek: mi marad a USP-d a digitális világban, ha analóg maradsz?
Előadó:
Rajki Annamária (Magyar Telekom)

11.10–11.25
Előadás

Mekkora hazugság már a versenyképes fizetés. Őszintén a TikTok-on.
Employer branding és a TikTok barátsága.
Előadó: **Balog Adrienn** (Vermis)

Ezüst terem

11.10–11.55
Fórum

Márkák, akik használták a podcastokat.
Jönnek a reklámozók a podcastokba?
Vannak-e már reklámos sikersztorik podcast felületen?
Milyen kampányokban szerepelt már a podcast, és milyen eredménnyel?
Milyen reklámformák működnek leginkább a podcastban?
Vannak-e speciális fogyasztói célcsoportot kiszolgáló podcastok? (Úgy értem, hogy pl. van-e használható nőknek szóló podcast, vannak-e meleg vagy márkarajongó podcastok? Ezeket kihasználják-e a reklámozók?)
Mire tudja az e-kereskedelem használni a podcastokat.
Résztvevők:
Gesztesi Gábor (DIEGO),
Kiricsi Dávid (Erste Bank Hungary),
Sztárcsevity Andrea
(Volvo Autó Hungária)
Vezeti **Pohly Ferenc**

Regisztráció itt!

Zöld terem

10.25–10.40
Előadás

Research Hungary
A siker záloga a videó formátum, a 15 másodperc és az influenszer? Az influenszer amúgy a fiataloknak olyan hirdetés, mint az idősebbeknek egy szpot a lineáris TV-ben? Vagy nem? Van-e presenter effect, azaz a márka és az influenszer ereje összeadódik-e és így lesz a 2+2 nem 4 hanem 5?
Előadó: **Strumperger Viktória**
(Kantar Hoffmann)

10.40–10.55
Előadás

Szót kér a Z generáció
Inspirátorok! Azaz a hiteles és befolyásolásra érett influenszerek 10 parancsolata.
Mind találkoztunk már olyan személlyel, aki hatással volt az életünkre. A Z generációban és az online térben mára nem kell személyesen ismernünk ezt az embert. Ahogyan egyre immunisabbak lettünk a reklámokra, úgy kerültek előtérbe azok a véleményvezérek, akiknek online követjük az életét, kialakul bennünk egy bizalom, és hiszünk a szavainak. A marketing hamar kiszúrta az ebben rejlő lehetőséget, megjelent az influencer marketing. Ennek viszont nagy veszélye, hogy aki túl sok, és akár egymással ellentmondó együttműködést vállal el, könnyen hiteltelenné válik. Hogyan lehet sikeres az influencer marketing? Hol van az influencer felelőssége? Miért vágyik a Z generáció az őszinteségre és hitelességre? Hogyan tudott Fanni autentikus maradni, miközben a saját, és a vállalkozása kommunikációját is építette? Itt van az a 10 parancsolat, amit követve az őszinteségre sikeres üzletet lehet építeni.
Előadó: **Gyarmati Fanni** (Diverzum)

Arany terem

10.40–10.55
Előadás

A bizalom magától érthetődik, ha úgy is cselekszel.
Légy transzparens (amivel kell), kezeld, amit nem kéne másnak látnia.
A vásárlói értékelések forrásai és feldolgozása.
Előadó:
Varga Kornél (Renault Hungária)

10.55–11.10
Előadás

Mennyit ér egy autó márkája?
Mennyire lehet rá támaszkodni? Milyen új autó márkákat bevezetni? Elég hozzá a szélszmarketing?
Előadó:
Puskás Kata Szidónia (Duna Autó)

11.15–11.30
Előadás

Nem beszélünk, tettekkel adunk élményt?
Hogyan lesz a prémium termékekből luxus érzés?
Termékek összekapcsolása és az élménynyújtás varázsa.
Előadó:
Lukács Krisztina (JP Auto)

11.30–11.45
Előadás

Mesterséges intelligencia az autómarketing szolgálatában.
Előadó:
Krupp Tünde (Emil Frey Hungary)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

12.10–12.25
Előadás

Algoritmus simogató.
Értsük meg az algoritmusok működését, hogy kezelni tudjuk akár azért, mert szeretnénk kitörni a buborékból, de akár azért, mert szeretnénk beterelni oda valakit.
– Az algoritmusok működése.
– Kitörés az algoritmusok fogságából.
Az ügyfelek beterelése (Újgyarmatosítás)
Előadó:
Szerémi Zsolt (APEX Tool Group)

12.25–12.50
Fórum

A kézzel fogható mesterséges intelligencia.
Résztvevők:
Schmidt Richárd (Alinda),
Zabari István (Lumenet),
Vezeti: **Donáth Fruzsina**

12.50–13.30
Fórum

Kitörés a halálos ölelésből.
Vizsgáljuk meg a teljes értékesítési láncot és figyeljük meg hol lehet nekünk beleszólásunk, befolyásunk, üzletünk, ahol maradt helyünk piacra lépni.
Hol legyünk, az értékesítési lánc elején, közepén, vagy végén?
Mi az az eszköz, amit soha nem fognak a globálisok megkaparintani?
Vitaindító: **Nagy Barnabás**
Résztvevők: **Donáth Fruzsina**,
Kékesi Zsuzsa (Ringier Hungary),
Kiss Ágota (ACG)
Vezeti: **Nagy Barnabás**

Kék terem

11.25–11.40
Előadás

Milyen vezetői kommunikációval lehet a legtöbbet kihozni a Z generációból?
Előadó: **Szerémi Péter**

11.40–11.55
Előadás

A hatalom takarója.
Mitől válhat bölccsé egy vezető? A főnöki hatalom megszületése.
Hiszen a főnök is egy ember.
Eszközök, retorikák, cselek.
Meddig leszel fontos? Ameddig adni tudsz.
Mikor lesz már rövid az a takaró?
Hogyan tükröződhet a vezetők személyisége a beosztottaknál?
Előadó: **Litkai Gergely**

12.00–12.15
Előadás

Hogy lehet szexi egy vállalat márkája?
Amikor egy márka ismert a lakosság körében, könnyű lenne azt hinni, hogy egyszerű lehet tehetséges munkavállalókat bevonzani hozzá. Ám gyakran pont ez lesz a nehézség. De mi a teendő, ha évente akár 400 kiválóan képzett szakembert szeretnél toborozni Budapesten? Ráadásul olyan márkával, amely kevésbé ismert, és termékei sincsenek a magyar piacon? Kik lesznek a célcsoportjaid? Milyen csatornákat fogsz használni? Milyen értékeket kínálsz? Bár elsőre egyszerűnek tűnhet a feladat, valójában sokkal komplexebb annál, mint gondolnád. Ráadásul mindezt rendkívül korlátozott anyagi lehetőségekkel kell megoldanod. Mi a BT-nél márkaépítésbe fektettünk, és most a második legvonzóbb munkáltatóként tartanak számon minket a piacon. De hogyan értünk el ide? Ez hosszú folyamat volt, amit most megosztok veletek!
Előadó: **Fazekas Máté**
(BT/British Telecommunications)

Ezüst terem

11.55–12.10
Előadás

Célcsoportok (attitűd alapon) podcastjai: Hogyan válasszunk podcastunkhoz (vagy más sajtótermékhez) tartalmat?
Előadó: **Szántó Balázs** (Noguchi)

12.10–12.25
Előadás

Közösségépítés a podcast hallgatókból.
A podcast hallgatás tipikusan egyszemélyes, individuális fogyasztási forma. Hogy jön ez össze a közösséggel?
Miért kell, miért fontos része ez a podcastnak? Mi a célja?
Hogyan egészíti ki a tartalmat?
Kinek nem kell közösséget építenie?
Milyen platformjai vannak, hol lehet ezt csinálni?
Sikersztorik bemutatása
Rajongókból közösség: hol van itt a haszna?
Mennyiben lesz, lehet együttműködő közösség egy rajongói klubból? Segítik egymást a hallgatók?
Hasznok, jogok és felelősségek
A hírlevél az új portál! Miért érdemes hírlevelet használni?
Előadó: **Lévai Richárd** (Liftup)

12.25–13.05
Fórum

Mozgásban a sportpodcastok.
Hogyan lesz az írott sportsajtó fogyasztójából podcast hallgató?
A sporttartalom fogyasztójának mélyebb bevonása a podcastok segítségével.
A sportkultúra terjesztése és /vagy mélyítése a podcastok bevonásával.
Résztvevők:
Baumstark Tibor (Spíler TV),
Moncz Attila (SportTV),
Szabó Máté (AMC)
Vezeti: **Tuza Norbert**

Zöld terem

10.55–11.10
Előadás

Mi a fenét keresek én a neten?
Előadó: **Csonka András**

11.15–11.35
Beszélgetés

Mit adott nekünk a YouTube?
A YouTube egy, soha nem látott módon demokratikus felületet biztosít szinte mindenki számára, alapjaiban írja át a korábbi média struktúrát. Nyilván ez csak az egyik, de nagyon lényeges összetevője a Partizán sikerének. Kell az a fajta hozzáállás, amiben egyszerre professzionális tartalomkészítők, influencerek. Ugyanakkor nem kötnek azok a kötelező elemek, amelyek egy klasszikus értelemben vett médiát kötnének. Van ennek receptje? Ez egy teljesen tudatos építkezés, vagy jóban vagytok a FLOW-val?
Beszélgetés:
Gulyás Márton (Partizán)
Vezeti: **Szily Nóra**

11.30–11.55
Beszélgetés

A TikTok szájvize - lehet egy márkát egyetlen médiumon felépíteni?
Előadó: **Bendl Mátyás** (POME)

11.55–12.10
Előadás

Szót kér a Z generáció
Magamutogatás, amivel magunkat is becsapjuk.
Eladó: **Dadányi Anna**

Arany terem

11.45–12.00
Előadás

Az autó modernizálódásával a marketing is változik. Hogyan változik az elektromos autók marketingje a belsőégésű, úgymond hagyományos autók marketingjéhez képest?
Előadó:
Mocsai Zoltán (Peugeot)

12.05–12.20
Előadás

Mikor érdemes közösségi ún. rövid videókat készíteni?
TikTok és Reels mindent visz? Mikor érdemes közösségi ún. rövid videókat készíteni? A rövid videók villám sebességgel veszik át az uralmat a közösségi média felületein. Legyen szó TikTok, YouTube Short vagy Instagram Reels tartalmakról, egy biztos: nem szabad figyelmen kívül hagyni, amennyiben hatékonyan szeretnénk elérni célközönségünket. A praktikus tippekkel és konkrét lépésekkel tarkított előadásból kiderül, mikor és hogyan érdemes használni őket.
Előadó: **Szántó Péter**

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

Data Hungary! Odaverünk a cookie-k világának. Színes ismeretterjesztő előadások az adatvilág változása kapcsán.

13.30–14.10
Fórum

Élet a Cookie-m nélkül. A PostCookie ereje.
Mit jelent a firstparty Cookie?
Az első-feles adatstratégia mindenkinek alkalmas lehet céljai elérésében?
Első-feles adatgyűjtési technikák és tapasztalatok.
Résztvevők:
Barta Attila (Magyar Telekom),
Dunai Zsolt (CIB Bank),
Kékesi Zsuzsa (Ringier Hungary),
Decathlon képviselője,
Auchan képviselője
Vezeti:
Darázs Attila (Addict Interactiv)

14.10–14.25
Előadás

Miért kell beszélnünk a digitális identitásról?
Előadja: **Nagy Barnabás**

14.25–14.40
Előadás

Hogyan néz ki a TikTok adatbánya?
Előadó: **Kiss Ágota** (ACG)

Kék terem

12.15–12.50
Fórum

Banánhéjak a csoportban. A csoportdinamika. – Jelek a csoportban: szintetizáld!
– A megérzés és az EQ szerepe a csoportvezetésben.
– Az unatkozó ember.
– Az energiavámpírok.
Kit hogyan ismerhetsz fel?
Hogyan érzékenyítsd magad?
Résztvevők: **Fluck Benedek** (RFB Consulting),
Märtz Diána (Atlas Pharma),
Medvey Leila (K&H),
Szegedi Tamás (Magyar Telekom)
Előadó: szervezés alatt

12.50–13.15
Fórum

Szex, szerelem, függőség.
Résztvevő: **Somorjai Martina** Szexterapeuta
Aki kérdez: **Rónyai Júlia**

13.15–13.30
Előadás

Miért dönt az ember csípőből érzelmi alapon?
A gyors és lassú gondolkodás, azaz a viselkedési közgazdaságtan megjelenése az embervezetésben.
Előadó: **Becker György**

13.30–13.45
Előadás

Fenntarthatatlan állapot.
A fenntarthatóságról, de még inkább a fenntarthatatlanságról annyi nézőpontból esik szó, hogy már nem látjuk a fától az erdőt. Pedig az, hogy mit rontottunk el, valójában egyszerű: sem anyagból, sem energiából nem áll akármennyi a rendelkezésükre. Se nekünk, se a Földnek.
De mi mégis úgy teszünk mintha. Hiszünk a végtelenbe tartó növekedésben.
Sőt, ezért dolgoznunk. Nap, mint nap, ha belegebedünk is. Heti 40 órát, sőt valójában sokkal többet is.
Előadó: **Virágh Miklós** (Kantar)

Ezüst terem

13.05–13.50
Fórum

És a hagyományos média belép egy valós versenypiacra…
Újságok podcastjei:
Minden újság csinált egy csomó podcastot, mára ez általánossá vált – mik a tapasztalatok? A média megérkezett a podcastolásba, ma már ez minden valamire való szerkesztőség eszköztárának standard része.
Hogy érzik magukat az új formátumban?
Milyen üzleti hatásokat tapasztalnak?
Mire használják?
Milyen zsánereket csinálnak és milyeneket nem a szerkesztőségek?
Mi áll és mi nem áll jól a podcastolásban az újságíróknak?
Vannak-e eltérések az újságok közönsége és podcastjaik közönsége között?
Felfedezhető-e valami trend a közönségek eltérésében?
Mennyire vették konkurenciának a többi podcastot?
Résztvevők: **Alberti Petra** (Marquard Group Hungary),
Marczali László (Ringier Hungary),
Szigeti Péter (Central Médiacsoport)
Vezeti: **Pohly Ferenc**

13.50–14.05
Előadás

Hogyan fogja az AI átalakítani a Podcast piacot?
Előadó:
Tóth-Czere Péter (Showcast Media)

Zöld terem

12.10–12.25
Előadás

Hogyan lehet a kommunikációs szakma a fiatalok számára „szexy”?
Fiatalok bevonása a márkaépítésbe, másképp!
Előadó:
Czabányi Enikő (Magyar Telekom)

12.25–12.45
Előadás

Szex, szerelem, szellemiség és szellentés az influenszer marketingben.
Előadó: **Stefanovics Angéla**

12.45–13.00
Előadás

Márkák nagykövetei - a siker titka a hosszú távú együttműködés.
Előadó:
Bozsik Dóra (Post For Rent),
Pinczés-Pressing Ádám (Warner Bros. Discovery),
Verebélyi Vivi és **Nagy Norbi** (Tiktokkerek)

13.00–13.15
Előadás

Szót kér a Z generáció
Hálygokovácsok pszichiátriája TikTokon.
Miért lett felkapott a TikTokon, hogy mindenkit diagnosztizálnak különféle pszichés betegségekkel. Feljön TikTokon ilyen okoskodás, hogy ki a nárcisztikus, ki az ADHD-s stb...de ezek mögött nincs valódi tudás, egyszerűen csak egy trend lett, hogy általánosításokkal elemezgetik a pszichét. Mik ennek a veszélyei, miért akarnak a Z-sek minden mögé betegséget látni, egyáltalán tényleg ők akarják-e.
Előadó: **Dús András**

Arany terem

12.20–12.35
Előadás

A célcsoportmeghatározás ABC-je.
Demográfia, pszichográfia, vásárlási szokások - ezek mind fontosak, de vajon elég mélyre látsz? Tényleg megérted a célcsoport igényeit, vágyait és motivációit?Fedezz fel egy új, ügyfélközpontú megközelítést, amivel túlléphetsz a felszínen és olyan stratégiát építhetsz, ami nemcsak eléri a célcsoportot, de hosszútávú elkötelezettséget is kialakít. Hagyd el a belülről kifelé történő gondolkodást, és fordíts nézőpontot!
Tanulj meg olyan stratégiai gondolkodást, amivel:
Többet érsz el kevesebből.
Kimagasló üzleti eredményeket érsz el.
Kiemelkedő ügyfélélményt nyújtasz.
Megtartod a célcsoportodat és építed a lojalitást.
Előadó:
Kanizsai Krisztina (Genesys)

12.40–12.55
Előadás

Ügyfélszolgálati egyszeregy.
Előadó: **Hári-Romvári Anna Beáta** (Affidea Magyarország)

12.55–13.10
Előadás

Értékesítők oktatása.
Előadó: **Szabó Péter** (Develor)

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Bordó terem

14.40–15.20
Fórum

Az eltűnő adatok nyomában.
GA4 tapasztalatok.
Podcast felvétel
Résztvevők:
Hangonyi Anna (Kinesso),
Sólyom Balázs (Trendency),
Szutor Ferenc (DataMe),
Varju János (UNIQA),
Virág Attila (Central Médiacsoport)
Vezeti:
Darázs Attila (Addict Interactiv)

Kék terem

13.45–13.55
Előadás

Akik megfordították az ellenünk beszélőket. Ellenségből apostolok.
A hatalom biológiája. Gondolatok by Nietzsche és Machiavelli nyomán.
Előadó: **Csermely Ákos**

13.55–14.15
Előadás

Tánc a gonosszal – Avagy a nevetés muzsikája.
Időrablók, energiavámpírok!
Egy közösségben, egy munkahelyen az ellenséggel.
Az egyik a „Mat-men" a másik a „Mad-men".
Amikor a különböző típusú embereket kell együttműködésre bírni, mint például: skizofrénnek tűnő, önkorlátok nélküli művész, pedáns kocka. Önző, érzéketlen emberek mindenütt vannak. Észlelése, beazonosítása (detektálása) és kezelése.
Előadó:
Kovács Judit (Profiles International)
és **Hevesi Lia** (Profiles International)

14.15–14.30
Előadás

A sztereotípiák sötét barlangjai. Miért nem szeretjük az 50 feletti munkavállalókat, és miért nem tudom tolerálni a 30 alattiakat?
Előadó: **Lerf Andrea** generáció kutató

14.30–14.45
Előadás

Kapcsolódás még a munkahelyen is?
Társas támogatás – a közösség szerepe az életünkben: Miért is fontosak a körülöttünk lévők? Miért tükör, ahogy a többiekre nézünk? Hogy járulnak hozzá a mentális egészségünkhöz és jóllétünkhöz a fontos mások? A jó és rossz élmények megosztása hogyan könnyít a lelkünkön és épít a kapcsolatunkon?
Előadó: **Dr. Magyaródi Tímea** kutató

Ezüst terem

14.05–14.20
Előadás

Mesterséges intelligencia és podcast.
Gyakorlatban is használható AI eszközök a podcastokban.
Tényleg lehet csak AI-jal pénzt termelő podcastot csinálni?
AI és podcast közös jövője, avagy, mit kereshet a mesterséges intelligencia egy, a személyiségre építő műfajban?
Előadó:
Román Balázs (Betone)

14.25–14.45
Fórum

Hányan legyenek egy követői csoportban? Se túl sokan, se túl kevesen. Ennek is lehet egy képlete. A potenciális csoportlétszám? A csoportlétszám nagyságának, vagyis arányainak meghatározása. A képlet tényezői: célcsoport, fenntarthatóság, egyéb üzleti érdekek, lemorzsolódók, aktivisták száma, stb.
Résztvevők: szervezés alatt

14.45–15.00
Fórum

Hangorkán.
Szellemi podcast vetélkedő!
Értékes nyereményekkel
Hosszú hétvége az AZÚRBAN
Podcast stúdió bérleti idő
Interjú a Digital Hungary online magazinban.

Zöld terem

13.15–13.50
Fórum

Influenszer kampányok, esettanulmányok.
Üzenet és platformválasztás az influenszer marketingben.
A márkának és az influenszernek diverzifikálniuk kell a jelenlétüket, hogy a tartalmukat és stratégiájukat figyelembe véve megfeleljenek egy-egy adott platform jellegzetességének.
Esettanulmány I.
Csonka András (színész),
Kovács Levente (White Rabbit),
Vincze Dávid (Havas Play),
Varga Noémi (PENNY Hungary)
Vezeti: **Radnai Péter** (AMC)

13.50–14.20
Fórum

A befolyásoló influenszerek hatása a fogyasztókra.
Résztvevők:
Varga-Szilágyi Zsolt (Post For Rent),
Hirdető I.
Vincze Dávid (Havas Play),
Hirdető II.
Kasza Orsolya (Direct One),
Kovács Levente (NOIZZ)
Vezeti: **Radnai Péter** (AMC)

Arany terem

13.10–13.25
Előadás

A mesterséges intelligencia elképesztő távlatokat nyit az autóiparban.
Előadó: **Varga Zsombor** (Toyota)

13.30–13.45
Előadás

Research Hungary
Nagy értékű vagyontárgyak vásárlóinak köre és médiafogyasztási szokásaik.
Autók, pláne prémium, ki veszi, milyen szegmens? Neki milyen a média profilja? A reklám (hagyományos) szerepe, van-e, számít-e, vagy nagyon más befolyásol, pláne a prémium autóknál?
Előadó:
Perjés Tamás (Kantar Hoffmann)

13.45–14.30
Fórum

A fenntartható autó és kereskedelme!
Ezt az autót akkor vedd meg, ha nem csak egyedül fogsz benne ülni!
Résztvevők:
Bálint Zsófia (Peugeot),
Györke Orsolya (AutoWallis Group),
Sóstói Tamás (RN Hungary),
Sztárcsevity Andrea
(Volvo Autó Hungária)
Vezeti: szervezés alatt

A MESTERKÉLT CIVILIZÁCIÓ FORRADALMA

Digital-Media Hungary

2024. április 23–24.
Siófok, Hotel Azúr

Lila terem

Influencer találkozó

Szakmai együttműködő partner: P#ST FOR RENT

11.00–12.00

Beszélgetés

Top influencerek a színpadon:
Az első hazai 1M+ TikTokker páros
Előadó:
Verebélyi Vivi és **Nagy Norbi**
Moderátor: **Gelencsér Tímea**

Kék terem

14.45–15.00

Előadás

Amikor az orrunkkal adunk puszit.
Nemzetközi munkavállalók a hazai munkaerőpiacon. Azt gondolod zsigerből lehozod ezt, de mi most megmutatjuk, hogyan látnak Téged vezetőként valójában a külföldi kollégák... öveket becsatolni, turbulencia előfordulhat! Az interkulturalitás metakommunikációs titkai és trükkjei, hogy igazán jó vezető legyél.
Előadó: **Bacsi Krisztina**
(Magyar Turizmus Akadémia)
és **Róbert Nóra**
(Budapesti Gazdasági Egyetem)

Ezüst terem

Zöld terem

14.30–15.15

Fórum

Tízparancsolat influencereknek, avagy az Influencer ÖRT.
Mondok tíz tulajdonságot. Ha magadra ismersz bennük, akkor influencer vagy! De vajon ennyi elég? Nem kellene valamilyen önszabályozás-féle az influencereknek is? Hiszen meglepően nagy hatásuk van: befolyásolnak, mintát adnak, közben meg néhányuk nem tud rendesen magyarul beszélni, fake tartalmakat kommunikál. Nincs egy ÖRT, egy „mikrofonengedély”, ami ezt szabályozná. Persze éppen ez a szexepiljük: a fésületlenség, a nyelvi lázadás. Avagy önellentmondás az önszabályozás? Vitaindító: Az önszabályozás pszichológiája.
Résztvevők: **Farkas Dániel, Fazekas Ildikó, Szerémi Péter, Post For Rent**
Vezeti: **Pohly Ferenc**

15.15–15.30

Vetélkedő

Hangorkán.
Szellemi podcast vetélkedő!
Értékes nyereményekkel
Hosszú hétvége az AZÚRBAN
Podcast stúdió bérleti idő
Interjú a Digital Hungary online magazinban.

Arany terem

Regisztráció itt!

Köszönetet mondunk kiemelt támogatónknak

Köszönetet mondunk kiemelt támogatónknak

Lounge Group · atmedia · TV2CSOPORT · mastercard · mediaworks Content first · SCORES GROUP · max · Ringier · Provident · PÉNZMÚZEUM · MFB · Teads