

PROGRAM

29. maja 2018

9.00-10.30

Glavni uvodničar 23. Slovenske marketinške konference Jeremy Waite (IBM):

(R)evolucija marketinga je tu!**

Umetna inteligenca (AI) povzroča revolucijo v načinu poslovanja in mnogi marketinški vodje se trudijo ostati v koraku z vsemi spremembami. Po mnenju mnogih analitikov obstaja verjetnost, da se bodo razmere v prihodnjih petih letih spremenile bolj, kot so se v zadnjih 20, pri čemer je več kot 85 odstotkov projektov preoblikovanja marketinga obsojenih na neuspeh. V predavanju bo Jeremy predstavil, kakšen bo marketing v prihodnjih petih letih, kako lahko pripravite svoj biznis za prihodnost in kaj lahko storite že DANES.

11.00-12.30

(R)evolucija: Transformacije in disrupcije - kako biti zmagovalec?

Lovro Gruden (Indigo): Ali vključujemo partnerje v inoviranje?/Ekskluzivno za SMK rezultati tradicionalne raziskave MindWideOpen

Tadej Accetto (Petrol): Ne »Agile, Scrum ... v teoriji«, ampak kako bi bilo učinkovito uresničevanje marketinških idej, projektov videti v praksi

Jelena Agafonova (BIT-Roots): Kako izzvati celotno industrijo in kako ustvariti svetovni izdelek za digitalne porabnike?

13.30-14.30

(R)evolucija: Marketing z rezultati v akciji

Jan Dobrilovič (Beeping): 5 vpogledov v nakupno vedenje Slovencev oz. kako uporabiti nakupno vedenje v svoj prid

Gorazd Kos (Telekom Slovenije): Vplivanje na percepcijo vrednosti in nakupno odločitev za višji paket

Melnisa Begović (Studio Moderna): Kako obletnico blagovne znamke resnično izkoristiti za prodajni uspeh

Nataša Ravnikar (Optiweb): Ne prodajne akcije, vključenost porabnikov in digitalne vsebine prinašajo dodatno prodajo. Tudi do 70 odstotkov večjo.

14.45-16.30

(R)evolucija: Kako blockchain že danes spreminja panoge in marketing

Mitja Pirc (Cofound.it): Dolgotrajni učinki blockchaina na marketing

Alexander Vasylichenko (Sofitto): Ustvarite svoj lastni »plačilni sistem**

Claudio Parrinello (Unico): Monetiziranje digitalnega pomanjkanja (Monetizing Digital Scarcity)**

16.45-18.00

(R)evolucija: »Mikro« marketing lahko postane »makro«

Rado Daradan in Mic Melanšek (Hurra Studios): Kako lahko Slovenci s knjigami osvojimo bralce v Nemčiji, Italiji, ZDA ...

Polona Peunik (Akrobat): Kako smo spremenili koncept in povečali prodajo na globalnem trgu za 80 odstotkov – izkušnje Akrobata

18.00

Skrivnostni gost - (R)evolucija lastnega življenja

30. maja 2018

9.00-10.45

(R)evolucija: Kako »produkt« postane »izkušnja« /Ko je P = CX

James Hull (Park): Vidiki in vloga dizajnerskega razmišljanja v različnih industrijah

Matjaž Grm (Adria Mobil): Koncept za povečanje inovativnosti, izboljšanje uporabniške izkušnje in vrednosti blagovne znamke

Ivan Kovačević (Bruketa & Žinić & Grey): Kako blagovne znamke v regiji preoblikujejo izkušnje kupcev – primeri iz različnih panog

11.00-12.45

(R)evolucija: Digital je prevladal ... kako naprej?

Črt Podlogar (Red Orbit): Naredite korak naprej od kratkoročne optimizacije – digital naj bo usmerjen k dolgoročnim poslovnim ciljem

Rok Hrastnik (Sensilab): Popolna ločitev on/offline in kako v letu dni s 4 na 14 trgov oziroma do 170-odstotne rasti prihodkov

13.15-15.00

(R)evolucija: Spremenjeni marketing, ki prinaša rezultate

Aleksandra Kregar (Atlantic Grupa): Marketing (r)evolution v praksi

Leon Korošec (Elan): Naš zakaj in kako to pomaga marketingu, blagovni znamki, menedžerjem, zaposlenim ...

Sklepni pogovor:

Kako si izbojevati relevantno pozicijo, boljši dostop do uprave ali mesto v upravi, kako postati »driver« ... kaj narediti, da bodo tvoje ideje in marketinški koncept udejanjeni?

www.smk.si