

## Menedzserképző Központ II. Marketing-délután

**2016. december 1. (csütörtök); Budapest, Danubius Hotel Gellért**

Bár Platón, a nagy ókori görög filozófus szerint a világon minden csak ideák másolata, mégsem esik jól az embernek, ha saját üzleti ötleteit látja viszont más vállalkozás szolgálatában. Először jön a meglepetés, egy pillanatig talán valami büszkeséget is érez az ember, azután viszont el kell gondolkodni azon, hogyan tovább? Mit tegyünk, hogy ne a konkurencia gazdagodjon, ha hasonló stratégia mentén használja a marketing- és kommunikációs eszközeit, mint mi? Mit tegyünk, ha a versenytársunk másol bennünket? A téma már régóta foglalkoztatja a szakmabelieket, azonban megoldás ritkán születik. Eseményünkön jogász, marketinges és kommunikációs szakembereink keresik a választ a felvetődő kérdésekre.

A gyorsan változó marketingszakmában meg kell tanulnunk felvenni a ritmust is a technikai fejlődéssel, és kezelni kell az újabbnál-újabb online felületeket. A Menedzserképző Központ decemberi rendezvényén sorra vesszük a legújabb online marketing lehetőségeket, valamint elsajátítjuk az új eszközök használatát.

### Program

- 11.50 – 12.35 *Regisztráció és névjegykártya-idő – szervezett networking lehetőség*  
A beszélgetések vezetője: Brzezánsky Péter
- 12.35 – 12.45 **Moderátori megnyitó**  
*Berényi Konrád* tanácsadó, Onlinemarketing.hu Kft.
- 12.45 – 13.15 **Melyik generáció milyen platformokat használ? Milyen változások történtek az elmúlt években ezen a téren?**  
*Kuti Géza* ügyvezető igazgató, MédiaQ Kft.
- 13.15 – 13.45 **Kreatív marketing- és sales újdonságok, nemzetközi irányvonalak, kampányeredmények**  
*Pellion Ágnes* kommunikációs igazgató, Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft.
- 13.45 – 14.15 **Webshop analitika**  
Konverziók, célok, stratégiák  
*Bay Áron* Digital Analytics Team Lead, Mito
- 14.15 – 14.45 **Gondolatébresztő beszélgetés - Hogyan lehet a konkurencia követését leállítani?**  
Mit tegyünk, ha a konkurencia másolja a stratégiánkat, és a kommunikációnkat (blog, Facebook poszt, PR cikk esetén) is? Mi történik, ha ugyanazokon a platformokon vannak jelen hasonló megjelenésekkel? Át tudja-e venni a piacvezető szerepet a versenytársunk, ha több tőke áll mögötte és az általunk megalkotott stratégiát alkalmazza? Milyen lépéseket lehet tenni, milyen eszközöket lehet használni a konkurencia megállítására?
- Dr. Freidler Gábor* ügyvéd, adatvédelmi szakértő, Freidler Ügyvédi Iroda  
*Hinora Bálint* ügyvezető igazgató, Hinora Marketing Group  
*Lévai Richárd* közösségi marketing specialista, RG Stúdió Kft.  
*Pellion Ágnes* kommunikációs igazgató, Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft.  
*Sós Beáta* senior kommunikációs referens, K&H Csoport



- 
- 14.45 – 15.15 *Névjegykártya-idő – szervezett networking lehetőség | kávé, aprósütemény*  
A beszélgetések vezetője: Brzezánsky Péter
- 15.15 – 15.45 **Facebook remarketing, Instagram hirdetések, Snapchat hirdetések**  
*Lévai Richárd* közösségi marketing specialista, RG Stúdió Kft.
- 15.45 – 16.15 **Hatékony Google Adwords kampány - esettanulmány**  
*Lukács Ádám József* head of digital, Hinora Marketing Group
- 16.15 – 16.45 **Google My Business - kerülj fel a térképre, és vedd kezébe a Google megjelenésed**  
A Google rendszerének összevonható felületei által befolyásolni tudjuk a fogyasztók cégünkről formált véleményét. A Google My Business révén felkerülhetünk a térképre, és egyéb megjelenéseinket is kontrollálhatjuk.  
*Anders Tamás*, SzállásMarketing
- 16.45 – 17.15 **Google Maps teszt**  
5 hónapos kutatási eredmények bemutatása  
*Kondor Albert* marketing szakértő, szakközgazdász
- 17.15 – *Programzárás*

*A programváltoztatás jogát a Menedzserképző Központ fenntartja!*

