

MARKETING TREND – JARO 2009

kteřá se koná 13. května 2009 od 8.30 do 17 hod.
na Novotného lāvce 5, sál č. 217, Praha 1

Hlavní téma: **MARKETING V DOBĚ KRIZE**

Program:

8:30 – 8:45 Registrace

8:45 – 9:00 Úvodní slovo Jitky Vysekalové

9:00 – 10:30 **Blok 1 – Na co se připravit?**

Když se mění marketingové plány, je třeba měnit i marketingový výzkum

(Petra Průšová, výkonná ředitelka MillwardBrown)

Jak se vypořádat s omezeným mediálním rozpočtem?

(Hynek Cimoradský, mediální poradce společnosti Fairbrother Lenz Eley)

Podpora loajalítě vs. akvizice nových zákazníků aneb Jak vytěžit stávající zákazníky

(Erik Elmer, ředitel společnosti Amden)

10:30 – 10:45 Pauza

10:45 – 12:15 **Blok 2 – Cena jako zachránce?**

Zlevnit, zdražit, nebo nechat být?

(Petr Pištělák, viceprezident pro marketing ČSA)

Nepodléhejme cenové hysterii aneb Jak si udržet vlastní cenovou politiku

(Marek Riedl, marketingový manažer společnosti Nutricia)

Alternativní cesty k cenovým válkám, aneb Cena není vše

(Martin Kůla, regional marketing director společnosti Esselte Eastern Europe)

Legislativní omezení cenové komunikace

(Petr Kůta, advokátní kancelář KMVS)

12:15 – 13:15 Oběd

13:15 – 14:45 **Blok 3 – Krize jako příležitost**

Krize jako jedinečná příležitost pro změnu v komunikaci i vzájemných vztazích agentura-klient

(Lucia Tarbajovská, ředitelka komunikace T-Mobile)

Jděte proti proudu

(Jan Horák, marketingový manažer mBank)

Správný čas pro expanzi

(Jakub Kašpar, marketingový ředitel Žabka)

14:45 – 15:00 Pauza

15:00 – 16:30 **Blok 4 – Marketing pod tlakem efektivity**

Bez peněz do médií nelez? aneb Dobré PR dokáže zázraky

(Jindřich Jirásek, PPA)

Bluetooth marketing – je čas zkoušet nové věci?

(David Šabacky, CEO SW Swana Praha)

Moderní technologie identifikace v marketingu aneb Naučme se vytěžit vlastní data

(Jan Bartoš, Smartdata)

16:30 – 17:00 Ukončení konference