

Gondolkodjunk együtt! Nézzünk szembe a realitásokkal!

Műhelybeszélgetés, szakmázás

Célcsoport: versenypiaci szereplők, üzletemberek, cégvezetők, kereskedők és marketingesek
Interaktív műhelybeszélgetésre, közös gondolkodásra hívjuk a szakmabelieket.

A nap opponense és házigazdája: Vernyik Imre (FourFourLab)

8.30–9.00

Regisztráció

Nézzünk szembe a realitásokkal! Jelek és tények: Hogyan készülünk 2025-re?

9.00–9.05
Reggeli
izgató

Nézzünk szembe a realitásokkal! Ez a klubnap arról szól, hogy hogyan készülhetünk fel arra, ami az elkövetkezendő szűk egy-két évben várhat ránk. Rámutatunk, hogy miért fontos, hogy kreatívan és optimistán gondolkodjunk a jövőről.

A 2008-as válság óta, csak gyülekeznek és jönnek egymás után a látható, vagy meglepetésszerű kritikus események. Válság, vírusfrász, háborúk, a világ gazdasági pólusai átalakulnak, a digitális birodalmak tovább erősödnek. Egyre gyorsabban, egyre nagyobb kilengésekkel követik egymást az események. Fogalmazzuk együtt meg, hogy miként tudunk újjászülni a globálisok árnyékában?

A 2025-2026-os év a nagy változások éve lesz. A félelmeidet felkészüléssel, szcenáriókkal, azaz a megoldást segítő forgatókönyvek készítésével jelentősen csökkentheted, akár el is kergetheted. A fel-szabaduló energiádat pedig a lehetséges megoldásokat tartalmazó forgatókönyv birtokában a kreatív, konstruktív munkára fordíthatod. Megosztjuk veled, hogy szerintünk mindezt miként érdemes csinálni.

A nap programíve:

– Tűzz ki REÁLIS célokat '25-26-ra és határozd meg a hozzájuk vezető lépéseket!

– Figyeld a tág és szűk környezetet!

– Gyűjts adatokat! Figyelj a jelekre, légy kételkedő, ne fogadj kész tényként el semmit!

– Analizálj, diagnosztizálj, légy kreatív, írd meg a megoldás forgatókönyveit, és szükség esetén finomítsd őket útközben!

– Kezdj neki a megvalósításnak, de légy rugalmas! Igazítsd a céljaidat és terveidet a változó körülményekhez!

– Szövetkezz, alkalmazkodj, és alkalmazd a folyamatosan frissítendő tudásodat!

Az ideológiáknak márpedig szükség van!

Figyelem! A nap végén, 16 órakor egy pohár pezsgővel koccintunk és sürgetjük a tavasz eljövételét!

Előadó: **Csermely Ákos**

9.05–9.10
Előadás

A natív gondolkodás hatalma!

A nap opponens házigazdája, aki hidat képez az előadó és a közönség között.

Előadó: **Vernyik Imre (FourFourLab)**

9.10–9.30
Előadás

A jövő kutatás elemei 2025-re. Dilemmák, és jövőbenzés technikái üzletembereknek és cégvezetőknek egy felgyorsult világban. Hogyan készüljön a cégvezető a maga és a cége jövőjére? Alapok, folyamatok, kontrolllok.

Előadó: **Rab Árpád**

9.35–10.00
Előadás

Kezdjük a nagy képpel! Jelek a világ gazdaságában Milyen társadalmi és gazdasági hatások érhetik 2025-ben a hazai versenypiacot?

– Hogyan keressük a változásra utaló – bármely – jeleket?

– Milyen triggererek érik most a versenypiacunkat?

– Közép-Európa az USA és Kína satujában?

– Hol lehetnek a kiugrások?

Előadó: **Pogátsa Zoltán**

10.00–10.15
Előadás

Miként változik a világ kereskedelme? Jelek a kereskedelem-ben. Miként változik hazánk kereskedelme a globálisok miatt, és miként hathat ez ki a hazai megrendelői állományra?

Semmi nem lesz ugyanolyan az idén! Az sem, ami tavaly jó volt. A határtalan kereskedelem világbirodalmainak kialakulása.

Minek a jele ha nyílik az olló a kereskedelemben is, azaz az emberek vagy a nagyon olcsó, vagy a nagyon drága termékeket vásárolják?

A digitális világbirodalmak kora: a modern kapitalizmus nyertesei online is monopóliumra törekednek.

– Viselkedési közgazdaságtan: mikor szeretnek költeni, élni, felélni, és mikortól kezdenek az emberek spájzolni félretenni?

– Mikor vesznek inkább lakást, autót, vagy mennek bulizni?

– Létezhet fogyasztói haláltánc a kereskedelem szemszögéből?

Előadó: **Berezvai Zombor**

10.20–10.35
Előadás

Nézzük a tényeket, lássuk a friss kutatásokat!

Mit mutatnak a számok? – A megrendelői piac hirdetői potenciálja

– Miként változik hazánk kereskedelme a globálisok miatt, és miként hathat ez ki a hazai megrendelői állományra?

– Milyen tendenciát mutatnak az elmúlt évek hirdetői költségei, és milyen versenypiaci következtetéseket vonhatunk le?

– Mennyi hirdetői pénz hagyhatja el az országot, az ami valószínűleg már semmilyen formában nem is jöhet vissza?

– Milyen hatással voltak a TEMU és társai a hazai versenypiacra?

Előadó: **Madar Norbert (PWV)**

10.40–10.50
Előadás

Hogyan alakulhat át a média, és milyen hatással lehet mindez a versenypiacainkra? Hagyományos média, digitális média, social media, streamingek. A digitális-média világbirodalmainak kialakulása. Féktelen adatáradat: kulmináló feladatok, elmaradó lehetőségek.

A digitális média és marketing birodalmak viselkedése

Előadó: **Bucsky Péter**

10.50–11.05
Előadás

Research Hungary: Friss kutatás erre az alkalomra.

Hazai viszonylatban. Spájzolás és költés. Amit magukról mondanak a fogyasztók.

– Mit szeretnek az emberek mostanság? Költeni vagy spájzolni?

– Milyenek látják a 2025-ös évet? Nagy értékű vagyontárgyakra – autó, műszaki cikk –, élményekre és emlékekre költenének, vagy befektetési céllal vásárolnának régiséget, műtárgyat, ingatlant?

Előadó: **Molnár Zoltán (NRC)**

Az ember a tetteivel a legőszintébb. Mit mutatnak a cselekedetek? Vásárlók hangulata tükröződik a weboldalak adataiban

11.05–11.20
Előadás

Egy lakásfelújító áruház is látja a fogyasztói hangulatot!

A DIEGO.hu lesz a segítségünkre.

Vajon milyen következtetést vonhatunk le, abból, hogy mit vásárolnak az emberek egy lakberendezési áruházban?

Előadó: **Gesztesi Gábor (DIEGO)**

11.20–11.30
Előadás

Következtetések az ingatlanbefektetői hangulatról, az ingatlan.com adatainak segítségével.

Előadó: **Balogh László (ingatlan.com)**

11.30–11.40
Előadás

Társ, magány, vagy társas vagány? Válságálló tartós társ, vagy gyors megtérülés alkalmi kapcsolatban? Milyen hatással van a gazdaság állapota és kilengése a társkeresők forgalmára? A konjunktúra és a libidó összefüggései.

Előadó: **Weiler Péter (puncs.hu)**

11.45–11.55
Előadás

A csökkenő kultúra csökkenő gazdaságot, versenypiacot eredményez.

Előadó: **Szigeti Péter**

11.55–12.40
Kibeszélő

Szövetkezzünk a megrendelőinkkel! Mit tehetünk a megrendelőink versenypiaci szerepléséért, hogy megrendelőink maradjanak? Az embert két dolog vezérli: az érzelem és az érdekek. Btw.: Az etika az ami a másikkal nincs!

A lojalitás pedig nem is létezhet, mert az aktuális érdekek simán felül írhatja. – A megrendelői piac hirdetői potenciálja Az előregondolkodás nehézségei.

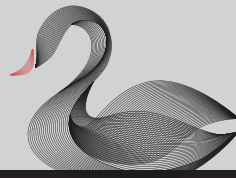
Centralizáció és szilánkosodás hatása a hazai versenypiacra. Gondolat útköztetés – Kibeszéljük a délelőtti hangzottakat a közönséggel és az előadókkal.

Résztevők: **Berezvai Zombor, Bucsky Péter,**

Kanyó Roland (DM), Maczelka Márk (SPAR),

Mérő Ádám (Coca-Cola)

Vezeti: **Vernyik Imre és Csermely Ákos**



12.40–13.10 Ebédszünet

Mire készülünk?

Tekintsük át a 2025-év marketing lehetőségeit.

Adatok nélkül még te sem vagy, MI nélkül lassú leszel13.10–13.20
Előadás**A Kereskedelem, a Marketing, és a Média.** Barátok, szövetségesek, de versenytársak is?
Az az amiből tanulhattunk 2024-ben.

A peer to peer tartalmak térnyerése.

Adatok nélkül még te sem vagy, MI nélkül lassú leszel.

Előadó: **Vernyik Imre** és **Csermely Ákos**13.20–13.35
Előadás**2025 marketing trendjei.** De melyik lehet a nyerő? Hogyan azonosítsd a trendeket?

– AI, Retail media, Connected tévé, peer to peer média, a hagyományos- média, márka és hirdetési eszközök.

– Együttműködések, márkák és kreativitás, közösségek marketingpotenciálja,

– A marketinges és az AI kapcsolata, a fogyasztók tudatos technika használata, a figyelemzavar kikerülésére miatti reklámkerülés

Előadó: **Erős Attila** (DotCreatív)13.40–13.55
Előadás**Research Hungary: Friss kutatás erre az alkalomra.****Honnan vették a fogyasztók az inspirációt, hogy mit és hol vásároljanak?**

Friss kutatás arról, hogy a fogyasztók honnan kapták 2024-ben az vásárláshoz az inspirációt. A szomszédtól? A tévéből, a rádióból?

Social médiából? Sajtóból? Plakátról, a patikából?

Döntések és márkák kapcsolata.

Előadó: **Strumperger Viktória** (Kantar Hoffmann)14.00–14.15
Előadás**A márka dicsérete.** A felgyorsuló majd eltűnő love-brand.

A márka '25-ös kihívásai.

Előadó: **Bognár Vera** (HALEON)14.20–14.35
Előadás**A mesterséges intelligencia mesterséges adatokat szül.**

– Mi a szintetikus adatgenerálás?

– Hogy kapcsolható ez a marketing kommunikációhoz?

– Hol tart manapság? (gyermekcipőben, és hitelességi problémákkal küzd)

– Miért lenne számunkra nagyon hasznos? (Fogyasztói viselkedés szimuláció → Értékesítés növelés)

Előadó: **Bánki Attila** (Vermis)14.35–14.50
Előadás**Hogyan tudnád maximálni az MI erejét a marketingben, hogy ne veszítsd el a hiteledet?**Előadó: **Filó Angéla**14.55–15.10
Előadás**A márka, mint a mesterséges intelligencia által vezérelt cselekvő individuum**Előadó: **Szabó Edit** (Ditte Digital)15.10–16.00
Előadás**Szövetségben a márkákkal!****Újgenerációs márkaszövetségek kialakulása.** Minden az adaton múlik.

– Mit gondolunk az új hirdetési eszközökről – RM, CTV

– Képzelnék csak el, amikor egy sport áruház, összekapcsolódik egy lakberendezési áruházzal? Mi lenne ha nem lennének globálisok itthon?

Eredménykényszer és a döntés szabadságának hatalma!

Kibeszéljük az egész napot

Résztevők: **Lunczner Ádám** (Mindshare), **Mondovics Péter** (Mastercard), **Kovács András Péter** (YETTEL),**Metykó Tibor** (Euronics), **Serbán Diána** (Publicis)Vezető: **Vernyik Imre** és **Csermely Ákos**

16.00–17.00

Figyelem! Egy pohár pezsgővel koccintunk és sürgetjük a tavasz eljövetelét!**Lesz három kérdésem! A nyeremény a 30. Digital-Media Hungary konferenciára egy kétnapos belépő, szállással!**

Pezsgős beszélgetés, kibeszélés.

Regisztráció itt!**Figyelem! A szervezők a műsorváltozás jogát fenntartják!**