

## Integruok! Rinkodaros komunikacija 2010

2010 m. vasario 11 d., Vilnius, „Crowne Plaza Vilnius“

*Praktinis seminaras apie naujausias rinkodaros, reklamos, ryšių su visuomene tendencijas ir technikas*

Besikeičianti ekonominė padėtis verčia peržiūrėti rinkodaros ir komunikacijos strategijas. Keičiasi rinkos sąlygos, vartotojų poreikiai ir elgsena. Rinkodaros biudžetai mažėja, tad tenka iš naujo įvertinti naudojamus komunikacijos priemones ir kanalus.

Kokias naujas galimybes suteikia esami rinkodaros kanalai? Kaip efektyviai derinti tradicines ir alternatyvias komunikacijos priemones? Kokie integruotos rinkodaros komunikacijos sprendimai veikia šiandien?

„Integruok! Rinkodaros komunikacija 2010“ – III-asis metinis seminaras apie naujausias komunikacijos priemonių galimybes ir tendencijas.

Seminaro temos:

- Integruotos rinkodaros komunikacijos praktika Lietuvoje
- Tradicinių ir netradicinių rinkodaros kanalų integravimas
- Radijo, kino, lauko vaizdo ekranų reklamos galimybės
- Alternatyvus požiūris į ryšius su visuomene
- Interneto rinkodaros galimybės
- Reklama „netikėtose“ erdvėse

Seminaras skirtas rinkodaros, reklamos, komunikacijos, ryšių su visuomene specialistams. Tikslas – suteikti dalyviams vertingų įžvalgų, supažindinti su geriausios praktikos pavyzdžiais, padėti atrasti neišnaudotų, šią dieną tinkamų rinkodaros ir komunikacijos būdų. Seminaras yra praktinio pobūdžio.

**DĖMESIO! Iki gruodžio 31 d. užsiregistravusiems į seminarą dovanojame naują leidyklos „Obuolys“ išleistą knygą „IKEA sėkmės istorija“!**

Partneriai



DANSU DANSU



# Integruok! Rinkodaros komunikacija 2010

2010 m. vasario 11 d., Vilnius, „Crowne Plaza Vilnius“

## Programa

9.30-10.00 Registracija ir rytinė kava

10.00-10.50 **Nuo pasiūlymo „be žvaigždučių“ iki kliento durų. Integruotos rinkodaros komunikacijos atvejo pavyzdys**

Aurelija Kazlauskienė, Strategijos, klientų ir marketingo departamento direktorė, „Lietuvos draudimas“

Kalbėdami apie integruotą komunikaciją, galvojame apie integruotų veiksmų sistemą: nuo pasiūlymo paprastumo ir aktualumo iki kliento pasiekimo, kuomet jis labiausiai atviras išgirsti mus. Tik veiksmų ir sprendimų savalaikiškumas bei tinkama forma gali duoti sėkmingą sąsąskambį verslui.

Pranešime bus pristatyta „Lietuvos draudimo“ vykdyta namų turto draudimo rinkodaros kampanija:

- Integruotas tradicinių ir netradicinių media priemonių planas.
- Viešųjų ryšių pritaikymas rinkodaros komunikacijai.
- Darbuotojų įtraukimas – sėkmingos komunikacijos dalis.



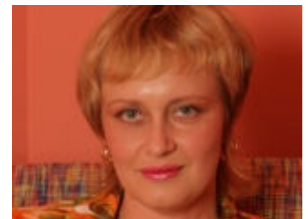
**Aurelija Kazlauskienė** rinkodaros srityje dirba nuo 1998 m. Šiuo metu yra „Lietuvos draudimo“ Strategijos, klientų ir marketingo departamento direktorė bei valdybos narė. Dalyvauja visuomeninėje veikloje – atsakinga už Nacionalinės moksleivių akademijos rinkodarą ir viešuosius ryšius. Pranešėja yra dėsčiusi verslo draudimo bei gyvybės draudimo disciplinas Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultete.

10.50-11.30 **Radio reklama: formos, galimybės, integracija**

Jolita Pranckevičienė, pardavimų direktorė, „M-1“ radijo stočių grupė  
Saulius Zakarka, savireklamos vadovas, „M-1“ radijo stočių grupė

Neretai į radiją žiūrima kaip į „nišini“ reklamos kanalą. Tačiau jis turi savų pranašumų ir galimybių, kurios gali būti efektyviai išnaudotos rinkodaros kampanijoms.

- Radio reklamos formos.
- Radio reklama – radijo stoties programa.
- Radio reklamos integracija.



Seminaro dalyviams bus pristatytos radijo reklamos galimybės, įprastos ir netradicinės reklamos formos, neišnaudojami reklamos modeliai radijuje. Bus apžvelgtos galimybės radijo reklamą integruoti su kitais kanalais ir rinkodaros priemonėmis – internetu, televizija, renginiais, akcijomis. Taip pat – žvilgsnis į radijo reklamą kaip į radijo programos dalį, realūs integruotos reklamos kampanijų pavyzdžiai.

**Jolita Pranckevičienė**, „M-1“ radijo stočių grupės pardavimų direktorė, reklamos srityje dirba 9 metus. Ji yra vadovavusi komercinės TV reklamos pardavimams, dirbusi su reklama spaudoje. Šiuo metu jos veiklos sritis – radijo reklamos planavimas, netradiciniai radijo reklamos projektai.

**Saulius Zakarka** – „M-1“ radijo stočių grupės savireklamos vadovas. Radijuje dirba daugiau kaip 7 metus. Rūpinasi stočių „M-1“, „M-1 Plus“ ir „Lietus“ savireklamos kampanijų planavimu bei įgyvendinimu, radijo renginių, akcijų ir TV projektų organizavimu. Taip pat „M-1“ laidų vedėjas.



11.30-11.50 Kavos pertrauka

11.50-12.30 **Reklama su spragėsiais: ką žiūrime – filmą ar... reklamą?**  
Mantvidas Žalėnas, direktoriaus pavaduotojas, „CinemaAds“

Reklamdavo svajonė: reklama, kurios neįmanoma išvengti. Reklama, kuri kalba ryškiai, efektyviai ir garsiai. Bet svarbiausia – reklama, kuri neerzina!

Kino reklama – efektyvus būdas pasiekti bet kokią auditoriją ar tam tikrą segmentą. Nuo reklamos prieš filmą iki efektyvios komunikacijos pačiame filme – ar tikrai šis reklamos būdas 5 kartus efektyvesnis už televiziją?

- Kino reklama: nuo to, ką matai akimis iki... to, ką dedi į burną.
- TV prieš kiną: kas pirmesnis – višta ar kiaušinis?
- Kinas – pop kultūros flagmanas: mados ir tendencijos.
- Už tavo filmą jau sumokėta: „product placement“ – atvejų analizė.
- Sėkmingų lietuviškų reklaminių kampanijų kine pavyzdžiai.

**Mantvidas Žalėnas** yra kino reklamos tinklą Lietuvoje valdančios įmonės „CinemaAds“ direktoriaus pavaduotojas. Anksčiau dirbo Kauno dramos teatro rinkodaros skyriaus vadovu, organizavo teatro festivalius. Už vieną iš jų – „Teatro fantomą“ – įvertintas leidinio „Pravda“ apdovanojimu.



12.30-13.00 **Lauko ekranai – kodėl ne? Kodėl taip?**  
Severija Matutytė, projektų vadovė, „Actual city media“

Lauko reklama – viena seniausių reklamos formų. Skaitmenizuota lauko reklama – vaizdo ekranai suteikia naujų galimybių.

- Lauko reklamos aktualumas šiandien. Lauko ekranai – kas, kur, kodėl?
- Pagrindiniai „žiūrovai“. Kaip patraukti tikslinės auditorijos dėmesį.
- „Live ad“ paslauga.
- Geriausi, įdomiausi klipai.

**Severija Matutytė** pardavimų srityje dirba penkerius metus, šiuo metu – su lauko ekranų sistemos ACM reklamos užsakovais ir agentūromis, atsakinga už netradicinių projektų įgyvendinimą.



13.00-14.00 Pietūs

14.00-14.50 **Alternatyvus požiūris į ryšius su visuomene. Priemonės tos pačios, rezultatas kitas**  
Kęstutis Gečas, direktorius, „Viešųjų ryšių technologijos“

Klasika – būk atviras, generuok naujienas ir sėkmė anksčiau ar vėliau ateis, apie tave sužinos tie, kurie tau reikalingi. Tačiau komunikacija yra kur kas daugiau – tai idėjų, informacijos ir jas skleidžiančių asmenų tarpusavio sąveika. Komunikacija yra lyg vaidmuo teatro scenoje.

- Artistai, siužetai, žiūrovai. Scenų multipleksas.
- Nekiškite mums nuobodaus šlamšto – mes neturime laiko.
- Ar spektaklis tik informacijos bitai?
- Blogas aktorius, kuris nenori gauti „Oscaro“.
- Geriečiai ir blogiečiai.
- Spektaklis be kulminacijos – „never ending story“.

**Kęstutis Gečas** komunikacijos laukus arija 18 metų: pabuvojo žurnalistu, vėliau projektų vadovu, konsultantu viešųjų ryšių agentūroje, vadovavo vienos iš didžiausių Lietuvos verslo grupių „Rubicon group“ Komunikacijos departamentui. „Viešųjų ryšių technologijų“ įkūrėjas ir vadovas.



14.50-15.30 **Interneto rinkodara: paprasti keliai iki nepaprasto vartotojo**  
Ramūnas Žilionis, kūrybos vadovas, „digitouch!“

- Trumpa pasaulio ir Lietuvos interneto vartotojo sąmonės raida.
- Rinkoje siūlomų interneto rinkodaros priemonių apžvalga.
- Kurie keliai tiesiausi?
- Kaip kis interneto žmonių mąstymas ateityje? Į ką verta investuoti jau šiandien?

**Ramūnas Žilionis** apžvelgs interneto erdvę ir efektyviausius skaitmeninės rinkodaros komunikacijos sprendimus. Pranešėjo patirtis – 10 metų gyvenimo ir analizės internete. Parengė daugiau kaip 100 autorių ir verstų straipsnių apie interneto kūrimą. Vieno seniausių tinklaraščių Lietuvoje Kriause.com autorius.



15.30-16.00 **Reklama „netikėtose“ erdvėse: barų, naktinių klubų tualetuose. Neįmanoma nepastebėti!**  
Iain Mackay, generalinis direktorius, „BIM Group“

Kokią vietą rinkodaros komplekse turi užimti netradicinės rinkodaros („BTL“) priemonės ir kanalai? Kokie BTL sprendimai veikia ir kodėl? Kas bus sparčiai kintančios rinkodaros srities ateityje?

- Reklama barų, klubų, restoranų tualetuose – unikalus kanalas.
- Kokią vertę palyginti su įprastiniais reklamos kanalais suteikia netradicinės rinkodaros priemonės?
- Keletas idėjų ir pamąstymų apie reklamos ateitį.

**Iain Mackay** yra netradicinės reklamos ekspertas. Jo specializacija – reklama viešosiose patalpose, skaitmeninės iškabos, reklama tualetuose. Sukūrė sėkmingai veikiančią reklamos tinklą, kuriuo galima pasiekti tam tikras konkrečias tikslines auditorijas.



16.00-16.30 **Diskusijos prie taurės vyno**

*Programa gali būti koreguojama*

Seminaro dalyvio mokestis – **590 Lt + PVM.**

Registracija į seminarą – [www.vcc.lt](http://www.vcc.lt), telefonu 8~633 27100 arba el.paštu [info@vcc.lt](mailto:info@vcc.lt).