LIMA DAY KAUNAS 2015

„Inovatyvūs sprendimai marketinge“

Vieta: KTU „Santakos“ slėnis – mokslo, studijų ir verslo centras K. Baršausko g. 59, Kaunas

Trukmė: 11:30-18:00 val.

RENGINIO PROGRAMA

11:30-12:00 val. Registracija

12:00-12:45 val. Plastiška ateitis. Kūrybingas mąstymas ir inovacijos

- Kaip veikia vaizduotė?
- Inovacijų magija. Ar tikrai?
- Vizioneriai ir jų mąstymas.
- Suvaržyta laisvė ir plastiški protai.
- Kūryba kaip kaita arba pasikeitimas.

Kristupas Sabolius – VU docentas, filosofas ir rašytojas, išleidęs romaną, keletą knygų vaizduotės tema, su režisieriumi Ignu Jonynu sukūręs scenarijų filmui „Lošėjas“, kuris buvo įvertintas tarptautiniuose festivaliuose, o 2014 m. pripažintas geriausiu Lietuvoje. 2014 m. kartu su Tomu Ramanausku parašė knygą „Žmogus, kuris žinojo viską“ ir pradėjo rengti kūrybingumą provokuojančius mokymus.

12:45-13:30 val. Kaip atsiranda inovacijų dvasia komandoje?

“15min” požiūris į inovacijas ir kodėl jos svarbios bet kuriam verslui? Vertingos mintys kaip inovacijos gimsta “15min” komandoje. Apžvalga apie tai, kaip keičiasi žiniasklaida, bei turinio ir reklamos vartojimas skirtingose platformose, skirtingais formatais.

Tomas Balžekas – naujienų portalo “15min.lt” ir nemokamo dienraščio “15min” įkūrėjas ir vadovas, dirbantis naujienų versle daugiau nei 10 metų. Kino teatro „Pasaka“ bendrasavininkas ir įkūrėjas.

13:30-14:15 val. Reklamos mobiliuosiuose telefonuose ateitis

eMarketer apskaičiuota, kad Mobile Ad Spending 2015 metais pasieks $67.1 milijardo. Tai rinkos dalis kurios nežymia laikyti nevalia. Mobiliųjų įrenginių vartotojų skaičius aplenkė kompiuterių skaičių ir pasiekė 2.2 milijardus. Ar mes jau suplanavome kaip pasiekti ir kokybiškai aptarnauti klientus kurie gyvena savo išmaniuosiuose telefonuose?

Domas Vyšniauskas yra sertifikuotas „Google“ treneris ir „Digital Academy” idėjos autorius. Domo mėgstamiausias Google produktas yra Google Analytics. Prieš vienuolika metų pradėjęs dirbti tradicinės rinkodaros srityje Domas pasuko interneto rinkodaros keliu ir nuo 2005 metų kuria įvairius interneto projektus ir jų rinkodaros sprendimus.

14:15-14:45 val. Kavos pertrauka

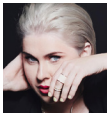
14:45-15:30 val. Inovacijų beieškant: prekės ženklų sinergija

Ar didieji prekės ženklai gali tapti stipresni kai apjungia jėgas, ar visgi sinergija yra labiau kenksminga? Ar verta saugoti prekės ženklo nepriklausomybę ar geriau apjungti jėgas su kitu prekės ženklu, kuris taikosi į tą patį vartotojų segmentą? Ar tai vyksta praktikoje ir ar visi laimi?

Tomas Burovas – tarptautinę patirtį turintis marketingo profesionalas. Tele2 Marketingo vadovas nuo 2011 metų.

15:30-16:15 val. Ar geros istorijos išgelbės pasaulį?

Pasaulis šaukte šaukia: tradicinė reklama mirė, tegyvuoja turinio rinkodara! Ir ginčytis su šia tendencija nebejmanoma. Tačiau ar tikrai miršta vartotojų poreikis išgirsti nepaprastą istoriją, kurią jiems nori papasakoti jų mylimas prekės ženklas? Nė velnio. Tai gal pasikalbėkime kaip keičiasi tos istorijos ir kaip dėl jų keičiamės mes?



Dovilė Filmanavičiūtė – prieš gerą dešimtmetį karjerą pradėjusi kaip žurnalistė, vėliau savo širdį Dovilė amžiams atidavė reklamai. Šiuo metu vadovauja skaitmeninių sprendimų skyriui agentūroje Adell Taivas Ogilvy. Nebetiki tradicine reklama 15-75 metų auditorijai, iš didžiųjų Lietuvos miestų, su didesnėmis nei vidutinės pajamomis. Kiekvieną dieną priima iššūkį kurti ne šiaip sau reklamą, o turinį, kuris priverstų vartotojus pamilti prekės ženklus, su kuriais Dovilė dirba. Jos portfelyje – patirtys su didžiausiais prekės ženklais Lietuvoje ir Pabaltijo šalyse.

16:15-17:00 val. Nė žingsnio be inovacijų: nuo svajonės iki geriausio pasaulyje žurnalo

Nesuskaičiuojama galybė valandų ore, daugybė įveiktų kilometrų ir dar daugiau pagamintų desertų. Įkvėpimas ir idėjų paieškos neturi ribų ar sienų, todėl patiekalai filmuojant laidą gaminami braidant po vandenyną ar skrendant lėktuvu. Neišsenkančios inovacijos ir netradiciniai sprendimai jau tapo kasdienybe, kuri nenustoja stebinti. Kaip visa tai pavyksta?

Alfas Ivanauskas baigęs meno vadybą, dirbo reklamos srityje, tačiau geriausiai jaučiasi kurdamas – ir ne tik virtuvėje. „Nieko nėra neįmanomo", - nuolat kartoja Alfas. Visi verčiantys mąstyti „out of the box" atradimai sugula į kulinarines knygas, jau tapusias bestseleriais, ir kulinarinį žurnalą, dvejus metus iš eilės Kinijoje tarptautiniuose apdovanojimuose pelniusį geriausio pasaulyje kulinarinio žurnalo titulą.

17:00-18:00 val. Pokalbiai prie vyno taurės

INFORMACINIAI RĖMĖJAI

DELFI ADVERUM G!Smeteo orų prognozės

RĖMĖJAI

Kalnapilis NORTE ENJOY Happy Joe ANONA

Socialus marketingas FULL DIGITAL sem.lt HAPPY365 LAIMINGO GYVENIMO ŽURNALAS MALO CLINIC | DPC Dantų Priežiūros Centras

Digital_Academy certification + training Powered by Google Certified Trainers valentis tradicijos ir inovacijos NFA JUMEX Worldwide Excellence in Quality oho!