



12. Slovenska marketinška konferenca
Portorož, 29. in 30. maja 2007

UČINKOVITOST MARKETINGA ZA USPEŠNOST PODJETJA

PROGRAM KONFERENCE

Torek, 29. maja 2007

8.30-9.00 Prijava udeležencev

9.00-9.15 Otvoritev konference

Maja Makovec Brenčič, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Primož Hvala, DMS, Peter Frankl, Časnik Finance

9.15-10.30 Glavni govornik konference

- Robert Shaw,* Univerza Cass: Value based marketing

Robert Shaw je avtor uspešnic Marketing Payback in Database Marketing. Predava na Cass University in vodi Value Based Marketing Forum, ki raziskuje dobre prakse marketinga z vidika učinkovitosti in uspešnosti. Že 20 let je svetovalec na področju marketinga in vodenja podjetij. Pred tem je delal na področju vinarske in naftne industrije ter premogovništva. Ima doktorat iz nuklearne fizike.

*Predavanje bo potekalo v angleškem jeziku. Prevajanja ne bo.

10.30-10.45 Odmor

10.45-11.45 Uspeti v globalnem gospodarstvu: izkušnje za slovenske tržnike na podlagi primerjave z najuspešnejšimi

- Toni Balažič, predsednik uprave, Fructal, d. d., in Branko Žibret, principal, A.T. Kearney

11.45-12.00 Odmor

12.00-13.30 Vpetost marketinga v podjetje

- Uvod: Aleksander Uranc, Gorenje, d. d.
- Martina Merslavič, Pristop skupina, d. o. o.: Od upravljanja odnosov s potrošniki do upravljanja potrošniške izkušnje
- Martina Sever, Siol, d. o. o.: Integrirajmo marketing, da bomo lahko involvirali potrošnike
- Urša Pejovnik, Hewlett-Packard, d. o. o.: Deep dive ali 1 : 1 marketing - primer učinkovite povezanosti prodajne in marketinške organizacije v podjetju

Sekcijo vodi: Aleksander Uranc, Gorenje, d. d.

13.30-15.00 Kosilo

15.00-16.30 Vzporedni sekciji

Vzporedna sekcija 1: Tržne niše in razvoj trgov

- Aleš Cantarutti, Javor Pivka, d. d.: Tržna niša - recept za uspeh lesne industrije
- Leon Korošec in Urška Hrovat, Elan, d. o. o.: Trg pada, segmenti rastejo - ženska kolekcija smuči Elan
- Andrej Žigante, Don don, d. o. o.: Tvojih 5 minut - pristop k dobičkonosni osvojitvi trga

Sekcijo vodi: Zoran Trojar, Sonce.net

Vzporedna sekcija 2: Ali znamo meriti učinkovitost in uspešnost trženjskega komuniciranja - primeri dobrih praks

- Vesna Žabkar, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta: Učinkovitost in uspešnost trženjskega komuniciranja: analiza primerov Effie 2002-2006
- Rosana Turk, Droga Kolinska, d. d.: Učinkovitost tržnega komuniciranja na primeru BZ Cockta
- Mitja Zupančič, Beiersdorf, d. o. o.: Vpliv komunikacijske akcije Podajte nam roko na vsečnost in uporabo blagovne znamke Nivea
- Irena Paj, Pivovarna Laško, d. d., Špela Žorž, Luna\TBWA: Dolgoročno spremljanje učinkov trženjske komunikacije na uspešnost blagovne znamke Bandidos

Sekcijo vodi: Iztok Sila, Telekom Slovenije, d. d.

17.30-17.00 Odmor

17.00-18.45 Okrogla miza: Predsedniki uprav o pomenu in učinkovitosti marketinga za uspešnost podjetja: je podjetje uspešnejše, če direktor ve, kaj je marketing?

Uvodničarja:

Aljoša Valentinčič, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta: Kako na trg kapitala vplivajo blagovne znamke in izdatki za oglaševanje

Branko Greganovič, Istrabenz: Pogled investitorja na marketinško učinkovitost v slovenskem gospodarstvu

Sodelujoči v razpravi: Robert Ličen, Steklarna Rogaška, Bojan Dremelj, Telekom Slovenije, Žiga Debeljak, Poslovni sistem Mercator, Aleša Kandus, Medex, in Janja Bratoš, Lek.

Voditelja pogovora: Maja Makovec Brenčič, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, in Peter Frankl, Časnik Finance, d. o. o.

20.30 Podelitev nagrade marketinški direktor leta

Podelitev nagrade marketinški up 2007 za najboljše magistrsko in diplomsko delo

Sledi zabavni večer.

Sreda, 30. maja 2007

9.00-10.40

- **Dr. Oliver Hupp, * GfK Marktforschung:** V iskanju prave metrike: strateško in poslovno upravljanje uspešnosti blagovne znamke (In search of the right metrics: strategic and operational brand performance management)
- **Neil Hayward*, MBA, SAS Global Customer Intelligence Practice:** Marketing performance management: tracking and increasing marketing effectiveness

*Predavanje bo potekalo v angleškem jeziku. Prevajanja ne bo.

10.40-11.00 Odmor

11. 00-12.30 Vzoredne sekcije

Vzporedna sekcija 3: Celostnejši pristop k raziskovanju kot podlaga učinkovitega marketinga

- Ana Bardorfer in Anamarija Carotta, Aragon, d. o. o.: **Uporaba entografskega pristopa v tržnem raziskovanju**
- Jaka Ažman, Cati, d. o. o.: **Semiotične analize - manjkajoči člen pri načrtovanju uspešnih trženjskih strategij**
- Geni Arh, GfK Gal-Iteo tržne raziskave, d. o. o., Gregor Cuzak, iTIVI, Petra Oseli, GfK Gal-Iteo tržne raziskave, d. o. o.: **Raziskava tržnih priložnosti za učinkovito načrtovanje marketinških aktivnosti pri lansiranju spletne DVD-teke**

Sekcijo vodi: Tomaž Arh, Droga Kolinska.

Vzporedna sekcija 4: Trženjsko učinkovita uporaba interneta

- Samo Mirnik, Renderspace: **Oprijemljivi učinki fantomskega koncepta "splet 2.0"**
- Urška Legan, Sonce.net: **www.petrol.si - z vami na spletu**
- Rok Hrastnik, Studio Moderna: **Internet vas stane več kot prinaša! Zakaj in kako to obrniti v praksi?**

Sekcijo vodi: Zenel Batagelj, Cati, d. o. o.

Vzporedna sekcija 5: Pristopi k ugotavljanju učinkovitosti marketinga

- Aleksandra Kregar Brus, Droga Kolinska, d. d.: **»From Mission to Margin« ali kako marketing vpliva na EBIT?**
- Primož Pesar, Pristop skupina: **Ključni kazalniki učinkovitosti (KPI) kot podlaga za centralizirano načrtovanje marketinških aktivnosti**
- Petra Lapajne: **Učinkovitost promocijske cenovne politike v Skupini Merkur - primer merjenja trajnih dobrin**

Sekcijo vodi: Primož Hvala, AT Adria.

12.30-13.00 Odmor

13.00-14.30 Učinkovit marketing - uspešen podjetnik? Izzivi učinkovitosti marketinga v malih podjetjih ali kako gradi podjetnik svojo blagovno znamko. Predstavitev treh primerov slovenskih malih podjetij.

Uvodničar: Matjaž Gantar, KD Group

Govorniki: Boštjan Troha, ZootFly, Jure Bricman in Katja Jurgec Bricman, Porcelain Catbriyur, Roman Ferenčak, Ocean Orchids

Družba **ZootFly** je edini slovenski profesionalni razvijalec računalniških iger. Na zahtevnem trgu računalniške 3D-grafike se v zadnjem času uveljavljajo tudi s simulacijami za vojaško industrijo in vizualizacijami na področju arhitekture.

Podjetje **Porcelain Catbriyur** že deveto leto buri duhove v oblikovanju in trženju unikatnega porcelana ter dokazuje, da so obetavne tržne niše tudi v umetnosti obrti.

Ocean Orchids iz Dobrovnika v Prekmurju je edini gojitelj orhidej v srednji in jugovzhodni Evropi, ki na leto vzgoji do 500 tisoč orhidej. Z inovativnimi trženjskimi prijemi se trenutno uveljavlja predvsem doma in na trgih sosednjih držav, načrtuje pa tudi prodor na Bližnji vzhod.

Pogovor s predstavniki podjetij vodi: Stanislava K. Vabšek, Časnik Finance, d. o. o.

14.30-14.45 Odmor

14.45-15.30 Moč marketinga: Franjo Bobinac, predsednik uprave, Gorenje, d. d.

Pogovor vodi Maja Makovec Brenčič, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Finance

 **DMS**
Društvo za marketing Slovenije