

### Le še enajst dni ...

... nas loči do [Slovenske marketinške konference](#), še vedno se lahko [prijavite](#), člani [DMS](#) izkoristite še **dodatni 10 % popust**.

### Petek, trinajstega ...

Petek, 13. maja, bo za nekoga poseben dan. To je namreč zadnji možni datum glasovanja za [marketinškega direktorja leta 2011](#). Ob polnoči bo računalnik že vedel, kdo izmed naših treh kandidatov se bo kitil z nazivom tistega, na katerega smo v DMS še posebej ponosni, mi pa bomo to izvedeli po koncu prvega dne konference.

Nominiranci so (po abecednem redu):

- **Mojca Avšič**, izvršna direktorica strateškega trženja, Mercator, d.d.
- **Aljaž Podlogar**, direktor komercialnega sektorja, Eta d.d.
- **Tina Tomažič**, direktorica marketinga in razvoja, Fructal d.d.

Njihovo razmišljanje lahko poslušate danes zvečer, 5. maja, ob 21.30, na valovih [Radia Študent](#) (89,3 MHz) v oddaji [Odperta ušesa](#), ki se je bosta poleg nominirancev za marketinškega direktorja leta udeležila tudi soorganizator in član programskega sveta 16. SMK, **Peter Frankl**, urednik in direktor Časnika Finance, ter marketinški direktor leta 2009, **Iztok Sila**, direktor trženja in odnosov z javnostmi v Mladinski knjigi založbi in član programskega sveta 16. SMK.

Izkušnje nominirancev boste poslušali prvi dan [16. Slovenske marketinške konference](#), 17. maja ob 17.30 v provokativnem pogovoru z Iztokom Silo (MKZ) in Zenelom Batageljem, (Valicon). Tri ure za tem bo morda prav vaš/a izbravec/ka v roki držal/a kipec zmagovalca.



### SMK skozi tvoje oči ...

Vas zanima, kako si lahko 'pridelate' udeležbo na konferenci? Tako, da blogate o njej!

Do 10. maja še iščemo prvega **blogerja konference**. Če bi želeli imeti na SMK letos prav posebno vlogo, pišite na [SMK-jev Facebook profil](#) in podajte pet zanimivih, iskrih in kreativnih 'postov', ki bi jih glede na zastavljen [program SMK](#) objavili. Lahko so vezani na vsebino ali dogajanje med odmori, na udeležence ali izbor marketinškega direktorja leta, na zabavo ali tradicijo.

### Zanimivi tujci ...

Z Nizozemske: **Roel Annega** je direktor marketinga družbe **Coca-Cola** v njihovi poslovni enoti za Srednjo in južno Evropo. Pri Coca-Coli je zaposlen že več kot desetletje, v tem času je živel v 7 državah, delal pa za prek 30 evropskih držav. Ima prek 25 let izkušenj v marketingu in menedžmentu. Pred prihodom v Coca-Colo je med drugim delal tudi za Nestle.

Iz Nemčije: **Andreas-Christoph Hofmann** je od aprila 2010 podpredsednik za komuniciranje blagovne znamke **BMW**. Pred tem je pet let delal kot direktor za komuniciranje blagovne znamke MINI, Skupina BMW, München, Nemčija. Svojo poslovno pot je pričel med 1989 in 1991 v Honda R&D Europe GmbH Offenbach, Nemčija, kjer je delal na področju produktne strategije in analize konkurence. Nato je štiri leta delal kot svetovalec za vodenje podjetja in generalni direktor za trženje proizvodov v podjetju Audi AG Ingolstadt, Nemčija.

S Hrvaške: **Luka Abrus** je direktor podjetja **Pet Minuta**, ki se ukvarja z mobilnimi aplikacijami in razvojem naprednih softverskih rešitev. On in 35 zaposlenih deluje predvsem na trgih ZDA in Evrope. Je kolumnist hrvaških dnevnikov, avtor številnih strokovnih člankov ter treh knjig. Izkušnje je nabiral v podjetju Microsoft.

In še mnogi drugi ...

Izpolnite [prijavo](#) in bodite z nami v dveh marketinško obarvanih dneh, **17. in 18. maja** v Portorožu.

### Iz vsebine ...

#### Tuji pogledi in izkušnje na marketing ter njegovo odgovornost za dobiček in rast

- **Dirk Buchta**, PricewaterhouseCoopers
- **Andreas Peter Tiefengraber**, Arthur D. Little Austria
- **Andreas-Christoph Hofmann**, direktor komuniciranja blagovne znamke BMW
- **Roel Annega**, direktor marketinga, Coca-Cola, osrednja in južna Evropa
- **Gerd Leonhard**, Media Futurist, Author and CEO of The Futures Agency



#### Regionalni šampioni: kako odgovorno in dobičkonosno rastemo v regiji?

- **Anja Cipot**, Jub: Izzivi upravljanja regionalno prepoznavne blagovne znamke JUPOL
- **Andrija Plenković**, Atlantic Grupa: Cedevisa, milenijska renesansa regionalne blagovne znamke s 40 letno tradicijo
- **Miroslav Boljanovic**, Studio Moderna: Odgovornost marketinga - povečanje marketinške učinkovitosti

#### Globalni specialisti: znanje je odgovornost in vrednost

- **Tomaž Žepič**, LPKF: Z laserji osvojili svet
- **Rok Uršič**, Instrumentation Technologies: Veliki pok iz Solkana
- **Luka Abrus**, Pet Minuta: Nova platforma za trženje v prihodnosti

#### S sodelovanjem med funkcijami do večjega dobička (prispevki iz razpisa)

- **David Đukić**, Inštitut za profesionalno prodajo, **Rosanda Falež**, Poštna banka Slovenije: Z golobom PoBa do novih osebnih računov PBS
- **Marja Feldin**, Žito, **Zenel Batagelj**, Valicon: Ključne odločitve za premagovanje neizogibnih sil
- **Urša Sešek**, Radio Ognjišče: Marketing Radia Ognjišče je "odgovoren" za ustvarjanje dobička in rasti

Želim vam prijeten začetek maja.

Tanja Kavran, generalna sekretarka DMS