

PROGRAM

10:00	<p>POZDRAVNI GOVORI Bojana Božanić Ivanović, Lider media, direktorica Jakov Urbanke, HSM informatika, Director of Cloud Consulting</p>
10:05	<p>KAKO POSTATI ZVIJEZDA PRODAJE? (video link) Keynote speaker: Geoff Burch - motivacijski guru</p>
10:35	<p>TRETIRAJTE KLIJENTE KAO KRALJEVE: KAKO STVORITI OZRAČJE U KOJEM SE KLIJENT NALAZI NA PRVOM MJESTU? Dejan Rogan, HSM informatika, Senior Consultant U današnje vrijeme klijenti samo jednim klikom mogu na raspolaganju imati sve informacije i opcije na svijetu, gdje god i kada god to žele. Nepotrebno je uopće govoriti da, više nego ikada prije, klijenti žele biti tretirani kao ljudi, a ne brojevi - zvuči jednostavno, zar ne? Ali ipak, pred većinom kompanija je jako dug put ako to žele postići. U četvrtoj industrijskoj revoluciji uspjeh leži u pružanju personaliziranog iskustva u realnom vremenu i stalnoj povezanosti. No, ova revolucija mora doći iznutra, a kako bismo to postigli, moramo iz temelja promijeniti način na koji gledamo klijente.</p>
10:50	<p>MISSION POSSIBLE: VOĐENJE PRODAJNOG TIMA U TURBULENTNIM VREMENIMA Zsolt Pozvai, Develor International, Global CEO Teško je ustvrditi da pandemija nije promijenila mnoge aspekte našeg poslovanja. Ipak, mnogi donositelji odluka vjeruju u povratak u dobra stara vremena. Mi sumnjamo u to. Vratit ćemo se „novo normalno“ u kojem će se naše organizacije i naše prodajno osoblje suočiti s novim izazovima: novim preferencijama kupaca i prioritetima, promjenjenim “putovanjima kupaca”, uznemirujućim konkurentima i većom potrebom za digitalnim kanalima u prodaji i komunikaciji. "Novo normalno" zahtijeva značajnu promjenu razmišljanja i ponašanja menadžera i osoblja, a ovo je bojno polje u kojem mnoge organizacije neće uspjeti.</p>
11:10	<p>I. PANEL OGLAŠAVANJE NA TIKTOKU: ZAŠTO BI BRANDOVIMA TO TREBALO BITI VAŽNO Suditi prema brzini kojom je osvojila mlade globalne potrošače, kineskoj platformi TikTok stručnjaci predviđaju sjajnu budućnost, zbog čega se brendovima savjetuje da odmah potraže načine na koje ju mogu uklopiti u svoju marketinšku strategiju. Zasad je dostupna u sto pedeset zemalja i, prema podacima iz prosinca prošle godine, ima više od 1.9 milijardi korisnika. U najvećoj mjeri prate ga pripadnici generacije Y i Z. Sandi Hadžić, Rinzol, CEO/Creative Director Marko Vukman, Head of Digital, Ledo plus Ilija Brajković, partner, Kontra Agency – moderator panela</p>
11:30	<p>PAUZA</p>
12:00	<p>II. PANEL PRILAGODI SE ILI NESTANI! Na koji način bi brendovi trebali komunicirati nakon korone? Kakve će biti kupovne navike potrošača nakon korona krize? Je li ova pandemija trajno izmijenila navike potrošača i kako? Andrea Štimac, Odit, Marketing Strategist Business Creativity & Change Barbara Mrkić, Carwiz rent a car i Carwiz International, Direktorica marketinga Romeo Jerčić, Develor Hrvatska, direktor - moderator panela</p>
12:20	<p>FACEBOOK PARTNER U HRVATSKOJ, ŠTO TO ZNAČI? Tin Klasić, Client Solutions Manager, Httpool O izazovima koji se javljaju kod Facebook oglašavanja, najboljim praksama sa tržišta te o tome kako vam može pomoći Httpool Hrvatska, službeni Facebook partner, poslušajte predavanje Tina Klasića, Client Solution Managera s višegodišnjim iskustvom u digitalnom marketingu.</p>

ORGANIZATOR

GENERALNI SPONZOR

ZLATNI SPONZOR

SPONZOR

MEDIJSKI
POKROVITELJI

12:35	<p>III. PANEL FACEBOOK SHOP VS. E-COMMERCE</p> <p>Svaka mala tvrtka će preko Facebook aplikacije Facebook shop jednostavno moći pokrenuti svoju trgovinu te prodavati direktno preko Facebook aplikacije. Neće morati ulagati jako puno novaca u izradu web trgovina, ali i gubiti veliku količinu vremena na postavljanje svih procesa te učenje platforme. Što na to kažu e-commerce stručnjaci?</p> <p>Ilija Brajković, Kontra Agency, partner Ivica Kruhek, Marker, direktor Marijan Palić, AGENCY 04, Voditelj marketinga – moderator panela</p>
12:55	<p>KAKO BEZ PLAĆENIH OGLASA DO B2B REZULTATA NA LINKEDIN-U? Mirna Bačun, LinkedIn lead generation expert</p> <p>LinkedIn je najozbiljnija platforma za B2B kompanije koje žele naći high-paying klijente i trenutno jedna od najbrže rastućih socijalnih mreža uopće. Za razliku od ostalih platformi kao što su FB, Instagram i Youtube, LinkedIn je pravi rudnik zlata ako se s njime zna koristiti na pravi način da bi se došlo do korporativnih klijenata i onih koji imaju veće alocirane budgete za investirati - čak i bez plaćenih oglasa. Dovoljno je samo znati zakonitosti LinkedIna kao najveće business platforme te neke od featurea koji su bitni - i svatko ima šansu doći do B2B rezultata koje priželjkuje.</p>
13:10	<p>KAKO AI POMAŽE MARKETINGU, A KAKO PRODAJI? Hajdi Čenan, airt, Co-Founde & CEO</p> <p>AI je apsolutni trend u svijetu i za prodaju i za marketing – prikupljanje podataka o potrošačima, consumer insight, praćenje promjena u ponašanju potrošača što će svim brendovima biti važno za post-korona period.</p>
13:25	<p>IV. PANEL PSIHOLOGIJA BOJA: KOJA BOJA NAS TJERA DA VJERUJEMO U NEKI BRENDOV?</p> <p>Prema istraživanju kompanije WebPageFx, ljudi stvaraju podsvjesno mišljenje o proizvodu u manje od 90 sekundi, a većina ljudi kreira mišljenje na temelju boje. Osim toga, 85% potrošača priznaje da je boja proizvoda glavni razlog zbog kojeg će nešto kupiti, a 80% njih vjeruje da boja znatno utječe na prepoznatljivost brenda. Marketing je danas toliko napredovao da više nije bitna samo boja već i nijanse koje koristite u svojem oglašavanju.</p> <p>Nataša Krezić, BIPA, rukovoditeljica marketinga Tamara Aye, Merkur osiguranje, direktorica sektora marketinga Tin Bašić, Lider media, urednik web portala – moderator panela</p>
13:45	<p>RUČAK</p>
15:00	<p>Radionica 1: VUCA PROMJENE U MARKETINGU&PRODAJI KOJE VODE DO REZULTATA Romeo Jerčić, Develor Hrvatska, direktor</p> <p>Da bi se postigle promjene koje su neophodne za dostizanje očekivanih prodajnih ciljeva, prvi korak je razmisliti o tome koje poslovne učinke (KPI) želite vidjeti demonstrirane od članova timova Marketinga&Prodaje. Dakle, očekivani ishod je na prvom mjestu, a dizajn sadržaja neophodnih koraka da se to dogodi slijedi nakon toga.</p> <p>Radionica također polazi i od poslovnih ciljeva organizacije, međutim na radionici ćemo se fokusirati na "kritična ponašanja" koja će do njih dovesti.</p> <p>Želimo odgovoriti na pitanje koja je to aktivnost, ponašanje i stav koji je neophodan za postizanje cilja! Pokazati ćemo kako se odvija proces planiranja u kojem sudjeluju polivalentni timovi sastavljeni od rukovoditelja tvrtke, odabranih zaposlenika različitih odjela i eventualno vanjski stručnjaci.</p>

Radionica 2:

KAKO DO VIŠESTRUKO BOLJIH REZULTATA SURADNJOM MARKETINGA I PRODAJE?

Dejan Rogan, HSM informatika, Senior Consultant i **Filip Novak**, Territory Manager (SMB), Adriatic Region, Salesforce

15:00

Unatoč razlici u vidu poslovnih procesa, B2B marketing i prodaja imaju isti cilj: osigurati dodatni posao i rast tvrtke. Upravo zato sve više tvrtki traži načine kojima bi mogli poboljšati suradnju marketinga i prodaje. Jedan od ključnih pokretača takve sinergije je tehnologija. Zato nam se pridružite na prezentaciji HSMa i Salesforce gdje će se razgovarati o tome kako marketinška automatizacija i CRM omogućuju povećanje produktivnosti prodaje, smanjenje marketinških troškova i ostvarenje zajedničkih ciljeva.

ORGANIZATOR

GENERALNI SPONZOR

ZLATNI SPONZOR

SPONZOR

MEDIJSKI
POKROVITELJI