



WEEKEND

MEDIA FESTIVAL

18.-21.09.08.

- Petak 10:00 - 10:45

Anđela Buljan Šiber (Managing direktorica, DigiPark, Hrvatska)
Matthias Grundboeck (Direktor marketinga za privatne korisnike, VIPnet, Hrvatska)
Mobilno oglašavanje – budućnost? Ne, realnost!

Kada izlazimo iz kuće, sa sobom najčešće nosimo nekoliko najvažnijih stvari – ključeve, novčanik i mobilni telefon, zahvaljujući kojem smo uvijek dostupni i u vezi sa svijetom. Više od dvije milijarde mobilnih korisnika u svijetu osnovni su razlog zašto je mobilno oglašavanje jedan od glavnih trendova u oglašavanju. Direktna komunikacija i interakcija s korisnikom te velike mogućnosti usmjerenog oglašavanja samo su neki od razloga zbog kojih gotovo 90 posto brendova u svijetu planira iskoristiti prednosti mobilnog oglašavanja. Istraživanja pokazuju da su i korisnici u Hrvatskoj spremni na oglase na zaslonima svojih mobilnih telefona. Sve to i još više čut ćete na ovoj prezentaciji. Stoga, nemojte propustiti uzbudljivu diskusiju i doznajte najsvježije informacije iz prve ruke!

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Petak 11:00 - 11:45

Blake Chandlee (Komerrijalni direktor Facebooka, Velika Britanija)
Social Networking i oglašavanje

Moderator: Ana Penović (Glavna urednica magazina PlanB, Hrvatska)

Mijenja se način na koji potrošači koriste internet. Potrošači iz različitih zemljopisnih i demografskih okruženja sve se više okreću prema društvenim okruženjima kako bi upravljali osobnim vezama i odnosima, razmjenjujući informacije i komunicirajući na sasvim drugačiji način nego prije samo dvije godine. Ova bazna promjena u ponašanju, zahtjeva od oglašivača i agencija da počnu drugačije razmišljati o tome kako privući i angažirati korisnike interneta. U središtu te promjene su društvene mreže, velike i male, globalne i lokalne, uopćene i specifične. Na ovom ćemo predavanju istražiti ulogu društvenih mreža u životima potrošača, a posebice ulogu koju Facebook ima u ovom novom svijetu. Kakvu ulogu u novom okruženju imaju aplikacije, brendirane stranice i oglašivačka igra te uspjevaju li brendovi doprijeti do spomenutih potrošača ili se oglašavanje smatra nečim negativnim?

- Petak 12:00 - 12:45

Ira Kurgan (Direktor mrežnih poslovnih operacija za Fox Broadcasting Co., SAD)
TV mrtav? Nikad jači!

Moderator: Eduard Bočkaj (Direktor prodaje Nova TV, Hrvatska)

Iako raste količina vremena koju provodimo na internetu, istovremeno nastavlja rasti i količina vremena koju provodimo ispred televizijskog prijemnika. Kako je to poznati poslovnik Mark Cuban rekao; "I dok sve više ljudi gricka gledajući videoisječke na internetu, glavno jelo i dalje je televizija". S rastućom dostupnosti duljih sadržaja na internetu, korisnici sve više gledaju programe koje su propustili na zemaljskoj ili kabelskoj televiziji, iz čega se može naslutiti kako konvencionalna televizija i videosadržaji na internetu nisu konkurentni, već komplementarni, u smislu nultog zbroja. Posebice kada se u obzir uzme činjenica da je gledanje videosadržaja na televiziji još uvijek superiorno gledanju istih na prijenosnom ili stolnom računalu, odnosno mobilnom uređaju, te da postaje sve kvalitetnije (primjerice, HDTV na velikim zaslonima). Od prelaska gledatelja na internet, za televiziju je još zanimljivije pitanje obratnog fenomena, to jest, prelazak interneta na televiziju.

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Petak 12:00 - 12:45 [dvorana Vikendica]

Robert Slavečki (Član Uprave izdavačke kuće VID, Hrvatska)
Kako napraviti najbolju web stranicu?

Vidi Web Top 100 najznačajniji je hrvatski web natječaj na koji se godišnje u prosjeku prijavi više od 3000 web stranica. U deset godina koliko postoji natječaj u njegovom je žiriranju sudjelovalo više od stotinu stručnjaka iz Hrvatske i inozemstva. U 2007. godini u službeno ocjenjivačko tijelo bilo je uključeno čak 37 stručnjaka, urednika i novinara iz 19 redakcija, organizacija i udruga. No kako se zapravo u ovom natječaju već deset godina odabiru najbolje hrvatske web stranice?

Ekskluzivno na Weekend Media festivalu - vodit će se otvorena rasprava, diskusija, komentari, sugestije panel diskusije na kriterije ocjenjivanja Vidi Web Top 100 natječaja. Izdavačka kuća Vidi uvažit će najkvalitetnije komentare sudionika panela i uvrstiti ih u kriterije žiriranja za 2008. godinu.

Vidi će iz publike panel diskusije odabrati jednog sudionika panela s najargumentiranijim komentarima da bude člana žirija nacionalnog natječaja Vidi Web Top 100 - 2008!

- Petak 14:00 - 14:45 [dvorana Vikendica]

Linda Jensen (Glavna izvršna direktorica, HBO Srednja Europa, Mađarska)
Kabelska TV: Velike stvari na malom ekranu!

Na predavanju će se diskutirati o kabelskoj i digitalnoj kabelskoj televiziji, te specifičnim inovacijama koje istu čine izvanrednim potrošačkim izumom. Također, govoreći o svijetloj budućnosti kableske televizije, spomenut će se i koraci koje je HBO poduzeo u posljednje vrijeme kako bi se pripremio za digitalne dane. Govorit će se o svijetu jednostavnih kableskih kanala (5-10), a zatim i o promjenama koje su nas dovele do 150 i više kanala na digitalnoj



WEEKEND

MEDIA FESTIVAL

18.-21.09.08.

kabelskoj televiziji.

Osim toga, bit će predstavljen i ponuda HBO-a, te će biti objašnjeno kako se HBO prilagodio pravom, višekanalnom svijetu (dodavanjem multipleksa i dodatnih brendova, ponude on-demand, HD-a, usluge bežičnog pristupa internetu). Saznajte kamo sve ovo ide, kao i o društvenim posljedicama svih nastalih i budućih promjena!

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Petak 16:00 - 16:45
Dr. Klaus Schweighofer (Član uprave Styria Medien AG, Austrija)
Regionalna iskustva - sličnosti i razlike

Styria Medien AG započela je s aktivnostima u regiji krajem 2000. godine. Akvizicija hrvatskih dnevnih novina 'Večernji list' bila je početna točka nastojanja širenja izvan granica Austrije, a do sada je postala jedna od vodećih medijskih grupa u regiji.

Njihova strategija fokusira se na MMM pristupu. Medija grupa ne definira se više sadržajno samo kao print-vođena kompanija, nego kao multimedijalni provider za sve različite medijske platforme i sve kanale. Kao takvo, digitalno poslovanje postalo je jedno od Styrijskih uzdanica.

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Petak 17:00 - 17:45
Alain Heureux (Predsjednik Interaktivne udruge oglašivača, Europe)
Internet oglašavanje - zašto, kako i gdje?

Ovom prezentacijom otkrit ćemo uspješne sastojke koji su vam potrebni kako biste organizirali svoje online tržište - jer oglašivači danas žele samo jednostavnost i mogućnost mjerenja. Naučit ćete kako IAB Europe i njegovi nacionalni IAB centri pomažu digitalnoj i interaktivnoj marketinškoj industriji da se standardizira u svojim mjerenjima, studijama i alatima.

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Subota 10:00 - 10:45
Ante Magzan (Izvršni direktor Podjedinice za korporativnu strategiju i poslovni razvoj, T-HT, Hrvatska)
Sadržaj u zemlji čudesa

U ovoj diskusiji razgovarat će se o evoluciji (koja se ponekad pretvara u neku formu revolucije) koja je zahvatila sve medije tj. sadržaje (film, tv, glazba, pisani mediji) u kojoj se neki igrači snalaze, a neki pomalo gube, budući da ritam ne diktiraju oni (na što nisu navikli) već sve prisutne tehnološke promjene, uređaji, način konzumiranja medija i drugi faktori. Osvrnut ćemo se i na kako je bilo, kako je danas i kako će biti, a uz blagofuturističku teoriju, ilustrirat ćemo ideje i kroz konkretne primjere tj. situacije kako svjetske tako i domaće.

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Subota 10:00 - 10:45 [dvorana Vikendica]
Tomo Johannes in der Mühlen (Predsjednik IDM Music, Hrvatska)
Sve ćemo vas tužiti! Autorska prava i mediji

Predavanje će se fokusirati na glavne aspekte komercijalne upotrebe glazbe: uloga autora u glazbi, različita prava koja su uključena u njenu komercijalnu upotrebu te promjene i novi smjerovi u glazbenoj industriji nakon ulaska u digitalno doba.

Ovim predavanjem želimo osigurati korisne i praktične informacije svima onima koji koriste glazbu u komercijalne svrhe, u nadi da će im informacije pomoći u snalaženju pri korištenju i licenciranju glazbe za upotrebu u medijima, te u izbjegavanju eventualnih sukoba s autorskim pravom.

- Subota 11:00 - 11:45
Pavel Mucha (Glavni izvršni direktor, Centrum Holdings, Češka)
Internet akvizicije: business budućnosti?

Moderator: Ozren Kanceljak (Direktor Večernji list digital d.o.o., Hrvatska)

Sada već iskusni poduzetnici u regiji nalaze se na raskrižju – nastaviti dalje samostalno ili dozvoliti da ih netko preuzme. Jeste li razmišljali o sasvim novom rješenju – dopustiti da vas preuzmu, te istovremeno nastaviti usmjeravati tvrtku prema naprijed?

Pavel će sa sudionicima Weekenda podijeliti svoje iskustvo u kupovanju i prodaji online imovine kako bi se stvorila regionalna internetska medijska kuća.

[DOWNLOAD PREDAVANJA](#) ▶

- Subota 11:00 - 11:45 [dvorana Vikendica]
Petar Pavić (Direktor za istraživanje i razvoj, Europapress Holding, Hrvatska)
Potruga za novim modelima prihoda na malim digitalnim tržištima

Teme o kojima će se diskutirati variraju od inovativnih digitalnih koncepata i marketinških modela do inovativnih pristupa marketinškim budžetima i klijentima u segmentiranom medijskom svijetu. Pitanja koja će sigurno biti postavljena su evolucija (digitalne) poslovne ideje, garaža vs. korporativni pristup, te „Kako zaraditi na stalnoj mijeni?“



WEEK

MEDIA FESTIVAL

18.-21.09.08.

DOWNLOAD PREDAVANJA

- Subota 14:00 - 14:45
Joseph Jaffe (Predsjednik i osnivač Jaffe LLC, autor knjige "Život nakon 30-sekundnog spota", SAD)
Smrt 30' spota?

Moderatori: Damir Ciglar (CEO Imago reklamna agencija d.o.o., Hrvatska) i Iva Babajo (Kreativna direktorica, UNEX Hrvatska)

Ova je prezentacija karakteristična za Jaffea i sadrži sve osnovne zamisli predstavljene u njegovoj prvoj knjizi. U spomenutoj knjizi Jaffe raspravlja o smrti spota od 30 sekundi kao primarnog komunikacijskog alata, te o pojavi odvažnih alternativnih rješenja umjesto tradicionalnog oglašavanja ("93 boja"), kao što su interaktivni, iskustveni marketing, sadržaji dulje forme, društveni marketing, igrice te gledanje sadržaja na zahtjev. Usred kakofonije ilustracija iz stvarnog svijeta te praktičnih i preskriptivnih savjeta o tome kako pobijediti u svijetu u kojem "samo mijena stalna jest" upoznat ćete i niz novih modela kao što su E.P.I.C., R.E.A.C.H., C.O.S.T. i R.U.E.

DOWNLOAD PREDAVANJA

- Subota 15:00 - 15:45 [dvorana Vikendica]
Ivan Stanković (Predsjednik, Communis, Srbija)
E-dvertising

E-dvertising govori o eksploziji informacija i velikim promjenama koje su nastupile na globalnom nivou i ubrzale razvoj čovječanstva do neslučenih razmjera. Stvari koje smo nekada učili, poslovi koje smo nekada radili, više ne postoje. Nova mantra je: Change or Die (Promijeni ili Nestani). U okviru toga potrebno je promijeniti način i komuniciranje s potrošačima i u nevidenoj konkurenciji se izboriti za njihovu pažnju. Klasični advertising je mrtav, vrijeme je za edvertising. 'E' u ovom slučaju znači i vezu s elektronskim načinom poslovanja, ali prvenstveno i s emocijama.

DOWNLOAD PREDAVANJA

- Subota 16:00 - 16:45 [dvorana Vikendica]
Ozana Jurković (Direktorica generičkog marketinga u internacionaloj medijskoj kući Styria International, Hrvatska)
Petar Pavić (Direktor za istraživanje i razvoj, Europapress Holding, Hrvatska)
Gdje je pisalo da je završio II. Svjetski rat i gdje će pisati da je počeo III.?

U kontekstu rasta naklade i čitanosti dnevnih novina u Hrvatskoj posebno je zanimljivo analizirati relevantnost tradicionalnih tiskanih medija u percepciji čitatelja (kupaca). Pozicioniranje print brandova kao moćnih multimedijских platformi temelj je za razvoj inovativnih načina prezentacije sadržaja i informacija kroz nove medijske kanale kao što su internet i mobilne tehnologije. Od klasičnih „breaking newsa“ do servisno-informativnih sadržaja, novinski brandovi šire opus svog djelovanja, kvalitetnije i uspješnije nego ikada do sada. Kroz hrvatske i strane primjere prezentacija ilustrira mogućnosti i način konzumacije sadržaja u multikanalnoj i disperziranoj medijskoj sceni današnjice.

DOWNLOAD PREDAVANJA

- Subota 17:00 - 17:45
Darren Chuckry (Glavni operativni direktor, The Bennet Group/MEN7, (SAD)
Cross Media - samo video, uvijek!

Moderator: Bojan Mušćet (Glavni urednik magazina Halo!, novinar, Hrv.)

Cross-media predstavlja medijsko vlasništvo, uslugu, priču ili iskustvo koji se distribuiraju širom medijskih platformi putem niza različitih medijskih formi. Cross-media komunikaciju odlikuje svojevrsna mistika. Kao da je riječ o nekoj vrsti crne magije koju samo "pravi poznavatelji" mogu izvesti, o nečem tako složenom što samo oni koji se razumiju u tehnologiju mogu shvatiti ili, pak, o sasvim novoj publici do koje se teško može doći. Tlo pod našim nogama je nesigurno: svaki novi konvergirani uređaj i distribucijski kanal te varirajući broj publike znače da proizvođači moraju neprestano biti spremni – dijelom pripovjedači, dijelom analitičari trendova, dijelom kockari. Ovoga ćemo puta raspravljati o izazovima i prilikama s kojima se suočavaju proizvođači sadržaja prilikom razvoja i distribucije istoga širom brojnih platformi (TV, internet, mobilna telefonija, IPTV), što im omogućuje da dosegnu gledatelje bilo kada i bilo gdje.

DOWNLOAD PREDAVANJA

PARTNERI FESTIVALA

DigitelKomunikacije **PRISTOPI**

SPONZORI



PRIJATELJI FESTIVALA



[Kontakt](#) | [Prijava na newsletter](#) | [Uvjeti korištenja i pravne napomene](#)