

Organizator
IN STORE

FMCG BRAND FORUM

23. MAJ 2019.

Hyatt Regency Belgrade

KONFERENCIJA O MARKETINGU BRENDOVA U SEKTORU ROBE ŠIROKE POTROŠNJE

Coca-Cola

FERRERO

Google

KRS-IĆ
DESTILERIJA

DELHAIZE SERBIA

Mercator



Henkel

directmedia
UNIFIED SOLUTIONS

OVATIONBBDO

nielsen

НИН

Nedeljnik

Govornici iz SAD, Velike Britanije, Irske, Nemačke, Slovenije i Srbije



INSPIRACIJA

Nenad Krstić

bivši košarkaški reprezentativac,
osnivač i vlasnik Destilerije Krstić



KEYNOTE
GOVORNIK

**Tomislav
Čizmić**

predsednik Uprave
Mercator

MEĐUNARODNI
KEYNOTE
GOVORNIK

Ljuba Grujić

Generalni direktor novih
proizvoda i negaziranih
napitaka Coca-Cola Europe,
Velika Britanija



KOTIZACIJA

Popustom na grupne prijave
možete uštedeti do 50%!

Požurite, prijave su u toku!

	Popusti	Cena bez PDV* po učesniku
Redovna kotizacija	-	210 €
Rana prijava do 01.maja 2019.	25% popust	157 €
Grupna prijava za više učesnika iz kompanije (važi do konferencije)		
2-3 učesnika	30% popust	147 €
4-6 učesnika	37% popust	132 €
7-10 učesnika	42% popust	121 €
11 i više učesnika	50% popust	105 €

Za više informacija o programu, učesnicima i načinu prijave kontaktirajte
Vojislavu Pešić na vojislava@instore.rs ili na broj +381 11 41 41 106

www.fmcg-brandforum.com

AGENDA

■ **Inspiracija: Od NBA lige do Troglav Rakije**

Nenad Krstić

bivši košarkaški reprezentativac, osnivač i vlasnik Destilerije Krstić

Ja sam dugo razmišljao. Imao sam voćnjak, a zemlju sam kupio pre pet godina, dok se ideja javila pre jedno deset godina. Smatrao sam da treba da napravim neki proizvod koji će biti prepoznatljiv, da napravim jedan brend, proizvod koji će biti svetski poznat. Mnogo puta sam igrajući u inostranstvu čuo 'šljivovica, šljivovica', svi znaju za srpsku šljivovicu, i onda sam hteo da napravim nešto nesvakidašnje.

■ **Medijski trendovi u FMCG industriji – gde smo danas i u kom pravcu idemo?**

Ljubica Vukčević

Insight Manager at Direct Media United Solutions

Sektoru robe široke potrošnje – FMCG industriji, kao broj jedan kategoriji na televiziji i među top pet kategorija po oglašavanju na ostalim medijima, veoma je važno da razume promene koje se dešavaju na medijskoj sceni i da se pripremi na sve veće promene koje nas očekuju. Tokom ovog predavanja, imaćete priliku da čujete o najznačajnijim medijskim trendovima u svetu, sa osvrtom na domaće tržište.

■ **Inovacije: Umetnost i nauka**

Vesna Matijević

Associate Director, Consumer and Market Insights at Ferrero, Njujork, SAD

Prezentacija će obuhvatiti raspravu o glavnim principima upravljanja novim proizvodima, strateškim pitanjima i koracima koje je neophodno preduzeti da bi se osiguralo uspešno lansiranje proizvoda na zadovoljstvo i finansijsku korist svih zainteresovanih u procesu.

■ **Funkcionalni dizajn u službi brenda**

Slavimir Stojanović

grafički dizajner, kreativni direktor ilustrator i vizuelni umetnik, FUTRO

Njegovi radovi nalaze se u kolekcijama Muzeja umetnosti i oglašavanja u Hamburgu i Muzeju plakata u Varšavi. Uključen je u Taschenovom izdanju "Contemporary Graphic Design", kao i u publikaciji "30 New Masters of Poster Design." Na konferenciji će govoriti o funkcionalnom dizajnu i njegovoj važnosti za osnaživanje brenda.

■ **Advertajzing u službi biznisa**

Nikola Parun

Head of PR & Digital Media, OVATION BBDO

Smisao advertajzinga je predugo bio u senci kreativnih kampanja koje ne daju poslovne rezultate. Ovakve kampanje nisu dovoljne. Šta je posao advertajzinga i da li je moguće da kampanja bude i atraktivna i da donese rezultat? Da li efikasnost nužno dolazi nauštrb kreativnosti? Kako postaviti predušlove kampanje koja donosi tržišni napredak? O svemu ovome slušamo od predstavnika Ovation BBDO, agencije je koja je na oba relevantna advertajzing festivala u 2018, Kaktusu i Danu UEPS-a, proglašena za najbolju u Srbiji.

■ **Stvaranje digitalnog sadržaja i upravljanje kampanjama**

Adeel Ansari

Sr. Manager Global Digital, Henkel, Nemačka

Kao sertifikovani Google Squared Guru, Adeel će na prezentaciji govoriti o stvaranju digitalnog sadržaja, digitalnom učenju i upravljanju kampanjama.

■ **Monetizacija podataka: Podaci su nova nafta**

Ivana Šašo

Head of Insights and Data Monetization Delhaize Serbia

Podaci su nova nafta – fraza je koja se pripisuje Clive Humby-ju, britanskom matematičaru i osnivaču kompanije koja je kreirala Tescoov program lojanosti. Za podatke, kao i za naftu potrebno je vreme za obradu, kako bi njihova prava vrednost bila iskorišćena i monetizovana. Šta znamo o svojim potrošačima i na koji način ih koristimo da bismo osnažili svoj brend, kao i sve igrače uključene u čitav dobavljački lanac?

■ **Značaj televizije – Mit i istina TV Scena Srbije, TV auditorijum i TV oglašavanje**

Silvija Atijas Ristić

Marketing Executive, Nielsen Audience Measurement

Da li se značaj televizije u našoj svakodnevici promenio? Koliko vremena provodimo uz TV prijemnike i koje TV sadržaje prosečan stanovnik Srbije najviše gleda? Da li je televizija i dalje najbrži put do srpskog potrošača? Saznaćete i ko su najaktivniji TV oglašivači i brendovi na srpskom tržištu. Koje su to glavne kategorije proizvoda prema udelu u TV oglašavanju, kao i koji brendovi su lideri u oglašavanju u okviru njih. I na kraju, trendovi udela televizije u ukupnoj vrednosti medijskog tržišta ukazaće na to da li je televizija i dalje najisplativiji medij za oglašivače.

■ **YouTube for Action: Kako nameru pretvaramo u akciju**

Momčilo Radovanović

Agency Development Manager, Google

Jedan od najvećih izazova u branding i awareness kampanjama je proceniti kako su potrošači zaista reagovali na našu reklamu – da li je naš call to action bio dovoljno efektan? Svi imamo sličan zadatak – uhvatiti interes potrošača, pretvoriti taj interes u nameru, nameru u akciju, a nakon svega i izmeriti rezultate na relevantan način. YouTube for Action je novi Google-ov sistem oglašavanja na YouTubeu koji nam omogućuje baš to, sa već dokazanim rezultatima u praksi.

■ **PANEL DISKUSIJA: Print danas**

Milan Ćilibrik

glavni i odgovorni urednik, NIN

Veljko Lalić

glavni i odgovorni urednik, Nedeljnik

Keynote govornik

Budućnost razvoja lokalnih, nacionalnih i regionalnih brendova

Tomislav Čizmić

predsednik Uprave, Mercator

Međunarodni keynote govornik

Novi i brži talas inovacija

Ljubo Grujić

generalni direktor novih proizvoda i negaziranih napitaka za Evropu, Coca-Cola