

## SPOROČILO ZA MEDIJE

### Znan je celoten program konference medijskih trendov SEMPL

17. SEMPL bo 26. in 27. novembra 2015 v Portorožu gostil več kot dvajset uglednih mednarodnih govorcev, ki se bodo posvetili aktualnim trendom v medijih, komuniciranju in marketingu. Udeleženci bodo lahko svoje znanje poglobili tudi na petih praktičnih delavnicah o učinkovitejšem oglaševanju.

Ljubljana, 5. november 2015 – Letošnja, že 17. konferenca medijskih trendov SEMPL, bo v duhu svojega slogana »Zbujen. Zvedav. Zmagovalen. Zabaven.« (»Awake. Aware. Award. Awesome.«) namenjena odkrivanju novosti, ki oblikujejo podobo medijsko-komunikacijske panoge. V dveh dneh bo preko dvajset mednarodnih govorcev predstavilo svoja razmišljanja in poglede na aktualna dogajanja v medijih, komuniciranju in marketingu.

#### 1. dan: Večna pravila marketinga in prilagodljivost v dobi hitrih sprememb

Uvodno predavanje na 17. SEMPL-u bo pripadlo ameriški marketinški strateginji **Cathey Armillas**, ki bo predstavila zmagovalna pravila marketinga, o katerih piše v svoji knjigi *Večna pravila marketinga: 9 načinov in pol, da vas ljudje vzljubijo*. **Phil Shaw**, vodja digitalnega in inovacijskega oddelka iz britanskega raziskovalnega podjetja Ipsos Connect, bo nato govoril o tem, kako lahko blagovne znamke vzbudijo pozornost ljudi v dobi informacijskega preobilja, mojster oglaševalske učinkovitosti **Les Binet** iz londonske agencije Adam&EveDDB, pa bo odgovoril na vprašanje, kaj v oglaševanju deluje in kaj ne. Sledil bo pogovor **Marjana Novaka**, direktorja in odgovornega urednika revije Marketing magazin, s **Srdanom Šaperjem**, ustanoviteljem in direktorjem srbske oglaševalske agencije I&F McCann Grupa, v katerem se bosta dotaknila Šaperjeve glasbene kariere kot soustanovitelja skupine Idoli in nato njegove oglaševalske poti.

O tem, da so spremembe neizogibne, napredek pa ne, bo govoril dr. **Max Mckeown**, britanski strokovnjak za strategije in inovacije, pisatelj, svetovalec in raziskovalec, ki bo poudaril pomen hitrega prilagajanja spremembam v okolju, **Mats Persson**, glavni operativni direktor v danskem podjetju Adform, pa se bo posvetil izzivom blagovnih znamk v dobi programatičnega oglaševanja.

Programski del prvega dneva konference se bo končal s pogovorom »Največ tvegaš, če ne tvegaš«, ki ga bo z gosti, že omenjenima **Cathey Armillas** in **Matsom Perssonom** ter **Mattom Longstaffom**, pomočnikom kreativnega direktorja v londonski agenciji AKQA, usmerjala **Barbara Modic**, direktorica medijske agencije Pristop Media.

Zvečer bo sledila slavnostna podelitev nagrad Sempler najboljšim medijskim strategijam leta v regiji Adriatik.

#### 2. dan: Avtomatizacija oglaševanja in pričakovanja oglaševalcev do medijev (in obratno)

Drugi dan konference SEMPL se bo začel s prispevkom **Daniela Knappa**, višjega direktorja v britanski raziskovalni hiši IHS, o revoluciji marketinške avtomatizacije, ki preoblikuje razmerja moči v oglaševalski verigi in močno vpliva na prihodnost medijev. Z digitalizacijo oglaševanja so povezane tudi spletne prevare, ki se jim bo posvetil **Niall Hogan**, izvršni direktor britanskega podjetja Integral Ad Science, in podal nasvete, kako nadzirati kakovost spletnih medijev. O tem, ali oglaševalci pričakujejo preveč od medijev, se bo nato razgovoril **Robert Čoban**, soustanovitelj in predsednik srbske revijalne založniške hiše Color Press

# Z A Č U T I T R E N D E

Group, mladi nemški fotograf in strokovnjak za družbeno omrežje Instagram **Maximilian Münch**, pa bo predstavil svoj pogled na razlike med običajnim oglaševanjem in uspešno akcijo na Instagramu.

**Mike Bevans**, direktor marketinga za oglaševalske produkte pri Yahooju iz Velike Britanije, bo udeležencem razkril, kako obladovati množico podatkov za večjo učinkovitost v digitalnem svetu, že omenjeni **Matt Longstaff** iz agencije AKQA pa bo drugi dan SEMPL-a sklenil z razmišljanjem o kreativnosti na meji mogočega.

## Pet praktičnih delavnic o učinkovitejšem oglaševanju

Vzporedno z glavnim programom SEMPL-a bo potekalo pet praktičnih delavnic. V četrtek, 26. novembra, bo **Saša Stanković**, strokovnjak za spletne strategije iz hrvaškega podjetja Pro Media Group, s konkretnimi primeri ponazoril, kako se učinkovito lotiti mobilnega oglaševanja, sledila bo delavnica o orodju Google Tag Manager, ki ga bo predstavil **Zorin Radovančević**, projektni vodja za spletni marketing in e-trgovino v hrvaškem podjetju Escape, **Nika Papić** in **Tilen Šali**, ustanovitelja slovenske digitalne agencije Ideaz, pa bosta izvedla delavnico naprednega oglaševanja na Facebooku, namenjeno upravljavcem blagovnih znamk.

V petek, 27. novembra, bodo udeleženci na delavnici predavateljice in svetovalke **Brigite Lazar Lunder** in višjega skrbnika ključnih kupcev na Httpoolu **Tadeja Rovtarja** izvedeli, kako postati zvezda na poslovnem družbenem omrežju LinkedIn, direktorica podjetja Ipsos Slovenija **Nataša Mohorč Kejžar** pa bo predstavila ključna pravila za učinkovito televizijsko oglaševanje.

---

**Celoten program 17. SEMPL-a je objavljen [na spletni strani konference](#).**

**Če želite pridobiti novinarsko akreditacijo za obisk konference, nam pišite na [pr@sempl.si](mailto:pr@sempl.si).**

###

## O konferenci medijskih trendov SEMPL

[SEMPL](#) je mednarodno priznan izobraževalni dogodek, ki je namenjen predstavitvi aktualnih medijskih trendov v jadranski regiji ter analizi tuje in domače dobre prakse. Namenjen je vsem, ki delajo v medijih, z mediji ali za medije in vsem tistim, ki krojijo medijske trende in se po njih ravnaajo.

V okviru konference poteka tudi tekmovanje za nagrade za medijske presežke leta Sempler, na katerem medijski strategji, naročniki in mediji predstavijo svoje najboljše projekte in se od letošnjega leta dalje potegujejo za devet zlatih semplerjev in glavno nagrado veliki sempler, ki je podeljena najboljši medijski strategiji preteklega leta.

## O organizatorjih

SEMPL že od leta 1998 dalje nastaja pod okriljem in v organizaciji enega največjih zakupnikov medijskega prostora v Sloveniji, družbe [Media Pool](#), ki so jo ustanovile večje slovenske oglaševalske agencije z namenom natančnega spremljanja dogajanja na medijskem trgu in zagotavljanja transparentnosti poslovanja. Media Pool vseskozi skrbi tudi za razvoj stroke: poleg konference SEMPL izvaja tudi raziskavo poslušnosti radijskih programov Radiometrija, pripravlja celovit pregled slovenskega medijskega trga Mediaskop in številne druge, manjše projekte.

Od leta 2011 pri izvedbi konference SEMPL sodeluje tudi podjetje **Medijski partner**, izdajatelj specializirane marketinške revije [Marketing magazin](#), ki izhaja že od leta 1981.

## Dodatne informacije:

*Simona Kruhar Gaberšček, predstavnica za odnose z javnostmi 17. SEMPL-a, e-pošta: [pr@sempl.si](mailto:pr@sempl.si), tel: 041 86 77 77, [www.sempl.si](http://www.sempl.si), [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#).*