

## SPOROČILO ZA MEDIJE

### Še teden dni do konference medijskih trendov SEMPL

Prihodnji četrtek, 26. novembra 2015, se bo v Grand Hotelu Bernardin v Portorožu začela 17. konferenca medijskih trendov SEMPL. V dveh dneh bodo udeleženci – organizatorji jih pričakujejo okrog 900 – izvedeli, kateri trendi prevladujejo v medijsko-komunikacijski panogi in prinašajo nove izzive za vse, ki delujejo v njej.

Ljubljana, 19. november 2015 – V že sedemnajsti izvedbi bo konferenca medijskih trendov SEMPL gostila več kot dvajset mednarodnih govorcev, spremljalo jo bo pet praktičnih delavnic, podeljene pa bodo tudi nagrade najboljšim medijskim strategijam leta Sempler, vključno z dvema novima nagradama TOP SEMPL medijskemu menedžerju leta in medijski zvezdi prihodnosti.

Konferenco bo s svojim prispevkom o zmagovalnih pravilih marketinga odprla ameriška marketinška strateginja **Cathey Armillas**, energična govorka, ki je prepričana, da je bistvo uspešnega marketinga v tem, da ljudje vzljubijo podjetja in njihove blagovne znamke. Med ključnimi govorcji na SEMPL-u so še **Les Binet**, vodja oglaševalske učinkovitosti v londonski oglaševalski agenciji Adam&EveDDB, dr. **Max Mckeown**, britanski strokovnjak za strategije in inovacije, **Mats Persson**, glavni operativni direktor v danskem podjetju Adform, in **Mike Bevans**, višji direktor marketinga za oglaševalske produkte pri Yahooju.

Program 17. SEMPL-a bodo popestrili trije pogovori o trenutnem položaju oglaševalskih in medijskih agencij ter medijev. Prvi dan konference se bo **Marjan Novak**, direktor in odgovorni urednik revije Marketing magazin, pogovarjal s **Srdanom Šaperjem**, ustanoviteljem in direktorjem srbske oglaševalske agencije I&F McCann Group, ki bo razkril svojo poslovno filozofijo in spregovoril o delu z ljudmi in doseganju ciljev, drugi dan konference pa bo z **Robertom Čobanom**, soustanoviteljem in predsednikom srbske revijalne založniške hiše Color Press, razpravljal o tem, ali oglaševalci pričakujejo preveč od medijev – in obratno. Četrtkov program se bo končal s sproščenim in zabavnim pogovorom o napakah, ki so vodile k (ne)uspehu, ki ga bo z gosti **Cathey Armillas** in **Matsom Perssonom** ter **Mattom Longstaffom**, pomočnikom kreativnega direktorja v londonski agenciji AKQA, vodila **Barbara Modic**, direktorica medijske agencije Pristop Media.

Udeleženci konference bodo praktično znanje lahko pridobili na petih delavnicah o učinkovitejšem oglaševanju, ki bodo potekale vzporedno z glavnim programom. **Saša Stanković**, strokovnjak za spletne strategije iz hrvaškega podjetja Pro Media Group, bo s konkretnimi primeri ponazoril, kako se učinkovito lotiti mobilnega oglaševanja. **Zorin Radovančević**, projektni vodja za spletni marketing in e-trgovino v hrvaškem podjetju Escape, bo predstavil orodje Google Tag Manager, **Nika Papić** in **Tilen Šali**, ustanovitelja slovenske digitalne agencije Ideaz, pa bosta izvedla delavnico naprednega oglaševanja na Facebooku za upravljavce blagovnih znamk. Kako postati zvezda na poslovnem družbenem omrežju LinkedIn, bosta razkrila predavateljica in svetovalka **Brigite Lazar Lunder** in višji skrbnik ključnih kupcev na Httpoolu **Tadej Rovtar**, medtem ko bo **Nataša Mohorč Kejžar**, direktorica podjetja Ipsos Slovenija, predstavila ključna pravila za učinkovito televizijsko oglaševanje.

Po koncu prvega dneva konference bodo podeljene nagrade Sempler najboljšim medijskim strategijam leta, letos prvič v devetih tekmovalnih kategorijah. Podeljeni bosta tudi novi nagradi TOP SEMPL – dobitnik prve, za medijskega menedžerja leta, je že znan, to je **Pavel Vrabec**, generalni direktor medijske družbe Pro Plus, medtem ko bo prejemnik nagrade za medijsko zvezdo prihodnosti razkrit šele na slavnostni prireditvi.

# Z A Č U T I T R E N D E

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

Če želite pridobiti novinarsko akreditacijo za obisk konference, nam pišite na [pr@semp1.si](mailto:pr@semp1.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@semp1.si](mailto:pr@semp1.si), tel: 041 86 77 77, [www.semp1.si](http://www.semp1.si), [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#).