



Interactive Marketing Meeting

22 października 2009 r.
budynek Agory, Warszawa

Idea konferencji

Stowarzyszenie Marketingu Bezpośredniego oraz Internet Standard zapraszają na trzecią edycję Interactive Marketing Meeting. Konferencja ze stycznia tego roku i pierwsze spotkanie IMM udowodniły, że są wydarzeniami godnymi uwagi każdego marketera i uczestnika rynku marketingu interaktywnego. To wyjątkowe konferencje, w których organizację zaangażowane są wszystkie najważniejsze firmy w branży interaktywnej. Media podkreśliły wysoki poziom merytoryczny oraz niespotykaną interaktywną atmosferę spotkań.

Prelegentami IMM są zarówno marketrzy, jak wydawcy a także agencje interaktywne. Udział w konferencji umożliwia wymianę doświadczeń oraz zawarcie wielu nowych znajomości a atmosfera wydarzenia sprzyja integracji całego środowiska.

Organizatorzy



INTERNETSTANDARD



**STOWARZYSZENIE
MARKETINGU
BEZPOŚREDNIEGO**


Myśl przewodnia i założenia programowe

W czasach kryzysu i uszczuplonych budżetów na reklamę, specjaliści ds. marketingu szukają sposobu na funkcjonowanie w trudnych warunkach. Szczególnie chętnie sięgają do zgromadzonych już zasobów a jednym z najcenniejszym jest dobra baza danych.

Kluczowi gracze branży interaktywnej, aktywni marketerzy, wydawcy i dostawcy usług podzielą się swoją wiedzą na temat zbierania, wykorzystania i zarządzania bazą danych.

Celem konferencji jest ukazanie potencjału drzemiącego w bazie danych i udzielenie wskazówek jak efektywnie wykorzystać posiadane zasoby. Podczas tej edycji spotkania zapoznamy uczestników z różnymi metodami gromadzenia danych, wykorzystania ich, targetowania oferty i zacieśniania więzi z klientem. W kilkunastu prezentacjach opartych na case studies pokażemy jak dotrzeć, nawiązać znajomość, skutecznie sprzedać i utrzymać kontakt z klientem. Wyjaśnimy, kim jest lojalny klient i w czym tkwi tajemnica jego przyjaźni. Uczestnicy zobaczą jak ważna w zarządzaniu bazą danych jest strategia komunikacji i jak odcinać kupony z dobrze zbudowanej relacji z klientem.

Kto ma wiedzę ten ma władzę – czyli jak wykorzystać informacje o swoich klientach



Program konferencji

Program konferencji „3rd Interactive Marketing Meeting” został podzielony na następujące bloki:

BLOK A | „Zbieranie danych” – Jak zbierać dane, jakie dane i po co? Jak nimi zarządzać?

BLOK B | „Sprzedaż” czyli jak dotrzeć z właściwą ofertą, do właściwej osoby, we właściwym czasie

BLOK C | „Lojalność” – Jak wykorzystywać dane do budowy relacji z klientami i skutecznie wykorzystywać je do celów marketingowych i sprzedażowych

Po konferencji o godz. 19.30 zapraszamy sponsorów, uczestników i prelegentów do wymiany doświadczeń podczas imprezy w Porto Praga, ul. Stefana Okrzei 23.

Dlaczego warto wziąć udział?

Na konferencji „3rd Interactive marketing Meeting” będzie okazja do zapoznania się z najnowszymi trendami w marketingu interaktywnym .

Na konferencji będzie można:

- ▶ zobaczyć prezentacje ekspertów marketingu interaktywnego: prezesów wiodących firm, liderów rynku, specjalistów od marketingu interaktywnego, analityków i badaczy;
- ▶ obejrzeć prezentacje wiodących agencji interaktywnych;
- ▶ poznać analizy rynku przygotowane przez firmy badawcze i konsultingowe;
- ▶ wziąć udział w dyskusjach panelowych na temat nowych trendów i zmian marketingu interaktywnym;
- ▶ uczestniczyć w spotkaniach i dyskusjach kularowych, wymianie poglądów i kontaktów biznesowych.

W programie między innymi:

- ▶ jak efektywnie zbierać dane – online i offline;
- ▶ jak wykorzystać zgromadzone dane, na czym się koncentrować, jakich używać kanałów komunikacji, z jakich narzędzi korzystać;
- ▶ jak dotrzeć z właściwą ofertą, do właściwej osoby, w odpowiednim momencie- metody segmentacji bazy danych i targetowania wysyłek;
- ▶ wykorzystanie geotargetowania w komunikacji marketingowej
- ▶ maksymalizacja efektów działań „call to action”.
- ▶ budowanie lojalności: case study w turystyce i doświadczenia wydawcy

Dlaczego warto zostać sponsorem

Sponsoring konferencji gwarantuje:

- dotarcie do najbardziej aktywnych i opiniotwórczych przedstawicieli branży marketingu i marketingu internetowego
- możliwość zaprezentowania swojej firmy, oferty, produktu osobom aktywnie poszukującym rozwiązań i dróg zaistnienia w świecie e-marketingu
- szeroką promocję Państwa marki (logo) poprzez działania związane z promocją konferencji

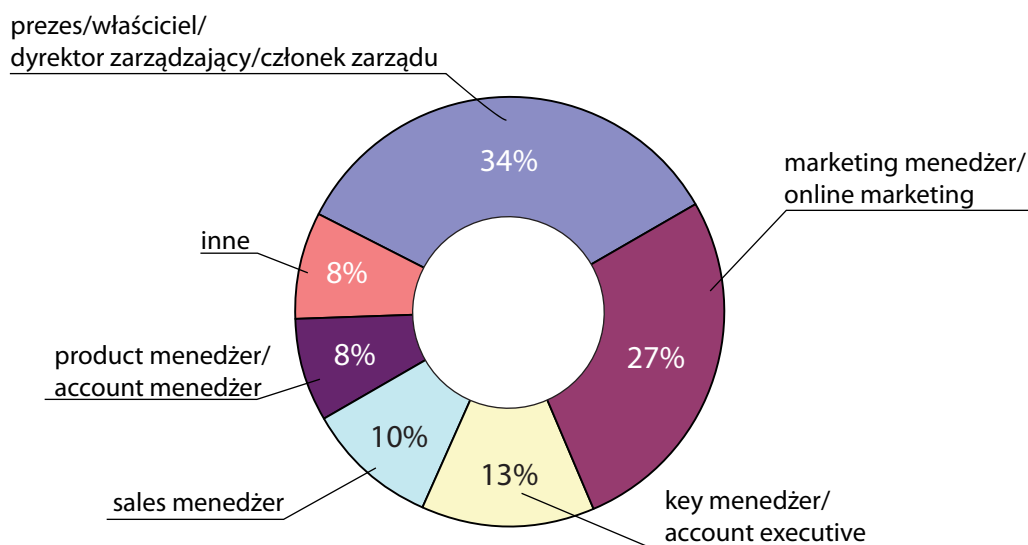
Uczestnicy konferencji

Przewidywana liczba uczestników konferencji: 100 osób.

Wśród uczestników znajdą się:

- ▶ prezesi, dyrektorzy oraz szefowie działów marketingu
- ▶ przedstawiciele portali, serwisów internetowych, sklepów, wyszukiwarek, porównywarek
- ▶ reprezentanci agencji interaktywnych, sieci reklamowych, domów mediowych
- ▶ przedstawiciele firm badających rynek internetowy
- ▶ product managerowie oraz
- ▶ marketerzy samodzielnie przygotowujący przekazy reklamowe
- ▶ twórcy nowych rozwiązań reklamowych, kreacji, produktów

Uczestnicy poprzednich edycji Interactive Marketing Meeting



Pakiety partnerskie

Informacji na temat pakietów partnerskich udziela

Agnieszka Cybulska – Dyrektor sprzedaży i marketingu

tel. (+48) 662 287 865 e-mail: Agnieszka_Cybulska@idg.com.pl

Łukasz Pierzchalski – specjalista ds. marketingu i organizacji konferencji

tel. (+48 22) 3217 744, m. (+48) 662 287 744 e-mail: Lukasz_Pierzchalski@idg.com.pl

Ogólne wsparcie konferencji

SMB oraz Internet Standard przykładają ogromną wagę do promocji wiedzy prezentowanej na konferencjach. W obrębie Internet Standard i w serwisie internetowym www.InteractiveMarketingMeeting.pl powstaje najobszerniejsza biblioteka case'ów oraz prezentacji, w których liderzy rynku pokażą najlepsze rynkowe rozwiązania i nowatorskie pomysły. Podczas konferencji „3rd Interactive Marketing Meeting” planujemy:

Promocja online w serwisach IDG oraz SMB

- podstrona dotycząca konferencji w serwisie Internet Standard
- serwis internetowy www.InteractiveMarketingMeeting.pl
- relacja redakcyjna z konferencji opublikowana na Internet Standard oraz SMB
- informacje o konferencji w newsletterach wysyłanych do subskrybentów serwisu Internet Standard oraz członków SMB
- kampania promocyjna na stronie Internet Standard, SMB.PL, na witrynach IDG (m.in. cmo.cxo.pl, [PC World](http://PCWorld.com), [Computerworld](http://Computerworld.com)) oraz na portalu idg.pl

Promocja online w serwisach poza IDG:

- promocja konferencji na serwisach patronów konferencji. Stała współpraca z patronami medialnymi, a wśród nich m.in.: Bankier.pl, Gazeta.pl, Interia.pl, o2.pl, Onet.pl

E-mail marketing:

- mailingi do baz marketingowych IDG (blisko 350 tysięcy kont), baz członków SMB oraz baz patronów konferencji (min. 800 tysięcy kont)

Partner Konferencji Generalny

WARTOŚĆ: 20 000 ZŁ

LICZBA DOSTĘPNYCH PAKIETÓW: 1

Promocja przed i po konferencji

- logo Partnera z podkreśleniem rodzaju sponsoringu we wszystkich materiałach konferencyjnych
- logo Partnera na serwisie www.InteractiveMarketingMeeting.pl oraz na podstronie konferencji na czas promocji oraz po konferencji. Łącznie 6 miesięcy. Przewidywalna liczba unikalnych użytkowników w tym okresie to minimum 100 tys. na www.InteractiveMarketingMeeting.pl i minimum 50 tys. na podstronie Internet Standard;
- 120 tys. odsłon billboarda na Internet Standard do dyspozycji Partnera
- logo Partnera w kreacjach kampanii promujących konferencję na witrynach IDG, ARBOmedia, Gazeta.pl, o2.pl oraz stronach innych patronów medialnych
- logo Partnera w kampanii mailingowej do baz marketingowych IDG (blisko 350 tysięcy kont), baz członków SMB oraz baz patronów konferencji (min. 800 tysięcy kont)

Udział merytoryczny

- prezentacja Partnera podczas konferencji (30 min)

Promocja podczas konferencji

- logo Partnera na programach konferencji
- baner Partnera w sali konferencyjnej
- możliwość dołączenia informacji lub gadżetów promocyjnych do materiałów rozdawanych uczestnikom konferencji

Udział w konferencji

- bezpłatny udział w konferencji trzech zaproszonych przez Partnera osób (z firmy Partnera lub spoza niej)

Oferta specjalna

- patronat Partnera nad „Tygodniem z...” (na wyłączność) w serwisie Internetstandard.pl

Partner Konferencji Złoty

WARTOŚĆ: 15 000 Zł

LICZBA DOSTĘPNYCH PAKIETÓW: 2

Promocja przed i po konferencji

- logo Partnera z podkreśleniem rodzaju sponsoringu we wszystkich materiałach konferencyjnych
- logo Partnera na serwisie www.InteractiveMarketingMeeting.pl oraz na podstronie konferencji na czas promocji oraz po konferencji. Łącznie 6 miesięcy. Przewidywalna liczba unikalnych użytkowników w tym okresie to minimum 100 tys. na www.InteractiveMarketingMeeting.pl i minimum 50 tys. na podstronie Internet Standard
- 90 tys. odsłon Billboarda na Internet Standard do dyspozycji Partnera
- logo Partnera w kampanii mailingowej do baz marketingowych IDG (blisko 350 tysięcy kont), baz członków SMB oraz baz patronów konferencji (min. 800 tysięcy kont)

Udział merytoryczny

- prezentacja Partnera podczas konferencji (20 min)

Promocja podczas konferencji

- logo Partnera na programach konferencji
- baner Partnera w sali konferencyjnej
- możliwość dołączenia informacji lub gadżetów promocyjnych do materiałów rozdawanych uczestnikom konferencji

Udział w konferencji

- bezpłatny udział w konferencji dwóch zaproszonych przez Partnera osób

Partner Konferencji Srebrny

WARTOŚĆ: 10 000 ZŁ

LICZBA DOSTĘPNYCH PAKIETÓW: 3

Promocja przed i po konferencji

- logo Partnera z podkreśleniem rodzaju sponsoringu we wszystkich materiałach konferencyjnych
- logo Partnera na serwisie www.InteractiveMarketingMeeting.pl oraz na podstronie konferencji na czas promocji oraz po konferencji. Łącznie 6 miesięcy. Przewidywalna liczba unikalnych użytkowników w tym okresie to minimum 100 tys. na www.InteractiveMarketingMeeting.pl i minimum 50 tys. na podstronie Internet Standard
- logo Partnera w kampanii mailingowej do baz marketingowych IDG (blisko 350 tysięcy kont), baz członków SMB oraz baz patronów konferencji (min. 800 tysięcy kont)

Promocja podczas konferencji

- logo Partnera na programach konferencji
- baner Partnera w sali konferencyjnej
- możliwość dołączenia informacji lub gadżetów promocyjnych do materiałów rozdawanych uczestnikom konferencji

Udział w konferencji

- bezpłatny udział w konferencji jednej zaproszonej przez Partnera osoby

Sponsor Imprezy Wieczornej

WARTOŚĆ: 8 000 ZŁ

LICZBA DOSTĘPNYCH PAKIETÓW: 1

Promocja przed i po konferencji

- logo Sponsora we wszystkich materiałach konferencyjnych
- logo Sponsora na serwisie www.InteractiveMarketingMeeting.pl oraz na podstronie konferencji

Promocja podczas konferencji

- logo Sponsora na programach konferencji
- baner Sponsora przed salą konferencyjną
- możliwość dołączenia informacji lub gadżetów promocyjnych do materiałów rozdawanych uczestnikom konferencji

Udział w konferencji

- bezpłatny udział w konferencji jednej zaproszonej przez Sponsora osoby

Stoisko

WARTOŚĆ: 5 000 ZŁ

- możliwość ustawienia w kuluarach konferencyjnych stoiska o wymiarach 2 x 2 m
- bezpłatny udział w konferencji jednej osoby z firmy

Insert do materiałów konferencyjnych

WARTOŚĆ: 2 000 ZŁ

- możliwość dołączenia własnej ulotki/upominku dla uczestników konferencji