

Concluziile evenimentului „The Future of Marketing”, ediția organizată la Cluj-Napoca: lumea este într-o continuă mișcare, iar brand-urile trebuie să țină pasul cu ea într-un mod creativ

- **Reprezentanții în marketing și comunicare, din Cluj-Napoca, au aflat care sunt provocările și trendurile în industria în care activează;**
- **Evenimentul a fost organizat în parteneriat cu Biroul Cannes Lions România.**

București, 12 mai 2017 – BusinessMark a organizat pentru prima dată la Cluj-Napoca conferința „The Future of Marketing”. Reprezentanții industriilor creative au aflat noile tendințe în marketing și au discutat pe baza studiilor de caz din cadrul ultimei ediții Cannes Lions, cel mai reputat eveniment dedicat gândirii creative la nivel global.

Printre subiectele abordate în cadrul celor două sesiuni regăsim: povești autentice care ajută brand-urile să se conecteze cu consumatorii, metode de a depăși obstacolele pe care le întâmpinăm în crearea mesajelor autentice, strategii de marketing creative, importanța încrederii și a emoțiilor în construirea unui brand solid, marketing contextual sau cum își păstrează brand-urile esența într-un mediu de business versatil, informații despre noul consumator, comportamentul de consum al generației millennials, ce înseamnă eficiență creativă și care sunt trendurile și provocările în domeniu.

TEO MIGDALOVICI, Founder, The Alternative School for Creative Thinking; International Public Speaker; Cannes Lions Ambassador a vorbit despre cele mai bune studii de caz de la Cannes Lions. Una dintre concluziile prezentării ei: „Sunt brand-uri care au curajul să privească realitatea în față, să accepte și să celebreze diversitatea, iar cele care sunt curajoase să abordeze subiecte tabu, dar cu insight profund uman, au rezultate spectaculoase.”

AURELIAN SIDERI, Marketing Director, Enel Energie a discutat despre ce înseamnă digitalizare și cum este pusă în practică în compania în care lucrează: „Digitalizarea este o arie pe care o acoperim cu inovație și pasiune. De ce digitalizarea? În primul rând, statisticile arată că în următorii 20 de ani, oamenii vor avea nevoie de cu 20% mai multă energie. De asemenea, există teste care arată că 2 milioane de oameni trăiesc în ceea ce numim sărăcie energetică. Dacă ne uităm la ce se întâmplă în piață, remarcăm faptul că cele mai puternice branduri sunt în acest moment cele digitale. Ce

am decis noi să facem? În primul rând, să facem un rebranding. Lumea se schimbă și noi vrem să fim în pas cu ea.”

CRISTIAN CLITA, Digital Marketing Manager South East Europe, IKEA Group a vorbit despre modalitatea prin care compania în care lucrează încearcă să creeze o viață mai bună pentru oameni. Acesta observă că există o schimbare serioasă a comportamentului consumatorului, că aceștia preferă din ce în ce mai mult conținutul personalizat sau că adevărul a început să fie ceva special, mai ales în zona digitală. În acest context, rolul reprezentanților de marketing este să nu se sperie de ce se întâmplă în perioada următoare, ci să se adapteze continuu.

VALENTIN IORDACHE, External Relations Director, Bucharest Airports Company a discutat despre provocările pe care le întâmpină în meseria sa și despre cum reușește să le facă față chiar și în situații greu de gestionat, cum ar fi cele ce țin de detalii tehnice. Acesta a amintit despre rolul în relația cu mass-media, despre importanța formării unei echipe puternice și despre cum să organizezi evenimente care să atragă atenția publicului cu bugete relativ mici.

ALEXANDRU ȚICĂLOIU, PR & Communication Manager, Gameloft a vorbit despre cum funcționează strategia de comunicare și marketing într-o companie care produce jocuri video. Acesta a precizat că abordarea este cu totul diferită față de alte companii, începând de la aspecte ce țin de organizarea echipelor, relația cu angajații și cu publicul și până la strategia de marketing.

Invitatul special al evenimentului a fost **PABLO FERREIROS BENNETT** (PhD in Marketing. Sales & Marketing expert. International Speaker & Advisor). Acesta a vorbit despre cât de important este ca brand-urile să apeleze la emoții, să fie umane și să găsească echilibrul dintre Return On Investment (ROI) și Return On Emotion (ROE).

ANDREI DUMITRAȘCU, Beverages Marketing Activation Manager, PepsiCo: „Brand-urile ar trebui să facă tranziția de la a spune, la a fi. Am sărbătorit de curând 50 de ani de când brand-ul Pepsi este în România. Spirit liber este brand-ul Pepsi în țara noastră. Este ceea ce ne place nouă cel mai mult. Cum traducem asta consumatorului? Ne trebuie o experiență, ceva altfel.”

MINA IONESCU, Head of Digital Project Management, Geometry Global Bucharest a vorbit despre noua direcție din Digital: „Dark Social este conceptul care se referă la dialogurile din chat rooms, forumuri, grupuri de discuție și care este un teritoriu

aproape inaccesibil brand-urilor. Noul obiectiv al acestora este să facă parte cu naturalețe din conversație. Poate că reach-ul e mai mic, dar impactul e substanțial.”

RUXANDRA DRILEA, Absolventă The Alternative School for Creative Thinking, finalist la Cannes 2016 despre generația millennials: „noua generație își dorește ca brand-urile să-i distreze, 84% dintre aceștia spun că user-generated content îi influențează în procesul de cumpărare, recomandările prietenilor cântărind mult. Tot ei sunt cei care schimbă trenduri, fără a fi, neapărat, hipsteri. În acest context, brand-urile ar trebui să nu fie atât de serioase, ci mai degrabă oneste.”

DIANA PAPUC, Juratul român la Eurobest 2016: „Oamenii se implică sau se sustrag, ies în evidență sau se ascund. Totul este în mișcare! Este momentul în care brand-urile vorbesc oamenilor mai mult despre pasiunile care îi animă și mai puțin despre produse.”

MARIO GAZEBRO, Member of Gold Winning Team, Lions Entertainment 2016: „Detaliile legate de typography și vizual memorabil sunt capabile să facă diferența între o campanie anostă și una remarcabilă. Typography, bine făcut, poate vinde cu succes.”

Moderatorii evenimentului au fost **DANIEL DRĂGAN**, Managing Partner, BusinessMark și **TEO MIGDALOVICI**, Founder, The Alternative School for Creative Thinking; International Public Speaker.

Audiența conferinței „The Future of Marketing” a fost formată din manageri de Marketing & PR, brand manageri, digital manageri, responsabili Social Media, antreprenori, directori generali și de dezvoltare, reprezentanții comunității creative.

Evenimentul a fost organizat de BusinessMark în parteneriat cu [Biroul Cannes Lions România](#), [AVIS România](#), [Leonidas Cluj-Napoca](#) și [DWNT](#). Partenerii media ai conferinței au fost: [KissFM](#), [TheTrends](#), [IAA](#), [Cluj.com](#), [Orasulcluj.ro](#), [Clujuldebuzunar](#), [Clujbusiness](#), [Punctul](#), [AlbaStiri](#), [MagazinSalajeana](#), [Socialmediaromania](#), [SalesMagazine](#), [Jurnalul de Afaceri](#), [NewMoney](#), [SaptamanaFinanciara](#), [Ziare.com](#), [Business24](#), [PRBox](#), [Rbeconnect](#), [TransilvaniaBusiness](#), [Plan de afacere](#), [Antreprenorinromania](#), [FEMEI IN AFACERI](#), [Startups.ro](#), [Economiaonline](#), [Gazetadestiri](#), [Manager Express](#), [Promo Afaceri](#), [Finzoom](#), [Roportal](#), [Bucuresteni.ro](#), [Global Manager](#), [Avocatura](#), [Debizz](#), [Calendar Evenimente](#), [Vox Capital](#), [MediaRabbit](#), [Administratie.ro](#), [Legal Marketing](#), [MLM News](#), [Chalbert](#), [Revista Valoarea](#).

Pentru informații despre evenimentele noastre vă invităm să accesați site-ul [BusinessMark](#) sau să ne scrieți pe adresa office@business-mark.ro.



Despre BusinessMark

BusinessMark este o companie ce oferă servicii integrate de B2B și pune la dispoziția clienților săi modele de dezvoltare complexe cu scopul de a-i conecta în mod direct cu mediul de afaceri și de a crea oportunități de parteneriat strategic. Atât prin organizarea de evenimente business, cât și prin serviciile de B2B Public Relations, BusinessMark își propune să vină în întâmpinarea partenerilor săi cu strategii de comunicare și promovare centrate pe business matchmaking și crearea de oportunități de dezvoltare.

S.C. BUSINESSMARK INVEST S.R.L.

București, Sector 2, Strada Vasile Lascar 5-7, Office 505
Tel : + 40 21 313 98 19, E-mail: office@business-mark.ro
www.business-mark.ro