

10 października 2011



Galeria Marketingu Miejsc zawita do Kielc

Jak budować markę miejsca z korzyścią dla mieszkańców i lokalnego biznesu oraz tanio i skutecznie promować ją w kraju i za granicą? Doświadczeni eksperci i praktycy będą dyskutować o tym 11 i 12 października w Targach Kielce. Doradzą i pokażą przykłady ze świata, wymienią doświadczenia i poglądy oraz podzielą się nowatorskimi pomysłami. Prelekcje wygłoszą m.in. Jacek Kowalczyk, dyrektor Departamentu Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki oraz dr Michał Klepka, kierownik Biura Innowacji Urzędu Marszałkowskiego.

Organizatorem spotkania jest twórca platformy Brief for Poland – Grzegorz Kiszluk. Październikowe spotkanie poprowadzone zostanie w kilku wiodących blokach tematycznych.

Nowatorskie metody realizacji zasady „Wyróżnij się albo zgin!” – telewizyjne kanały tematyczne, reklama kinowa, internet, CSR i innowacyjność;
„Strach ma wielkie oczy” – czyli Partnerstwo Publiczno-Prywatne;
Obsługa inwestorów i turystów – eksperci POT i PAIiIZ wskażą na główne wyzwania w roku Euro 2012;

Targi jako skuteczne narzędzie komunikacji i pozyskiwania inwestorów oraz turystów. Wśród prelegentów biorących udział w konferencji znajdą się doświadczeni praktycy i specjaliści w dziedzinie marketingu miejsc. Program spotkania przewiduje następujące wystąpienia:

- Pierre-Paul Vander Sande, Chief International Operating Officer, France Télévisions Publicity – Wykorzystanie kanałów tematycznych do promocji za granicą.
- Michel Touchot, Managing Director, Euro RSCG Consulting France i Maciej Kłaś, Senior Strategic Planner Euro RSCG Warszawa – Rozważna i ... odważna, czyli międzynarodowe oblicza marki terytorialnej.
- dr Michał Klepka, Kierownik Biura Innowacji, Urząd Marszałkowski Woj. Świętokrzyskiego
- Innowacyjność i kształtowanie wizerunku nowoczesnej gospodarki w marketingu miejsc. Co, dla kogo i w jakim celu?
- Piotr Lutek, Prezes Synergia Sp. z o.o. – PPP – przekleństwo czy nadzieja.
- Magdalena Polańska, Client Service Director i Dagmara Iwaniak, International Marketing Manager, New Age Media – Magia wielkiego ekranu inaczej, czyli kino jako skuteczne medium reklamowe.

- Cezary Molski, Wicedyrektor Departamentu Współpracy Regionalnej i Adam Zaborowski, Pełnomocnik ds. UEFA EURO 2012, POT – Obsługa ruchu turystycznego w kontekście Euro 2012.
- Bożena Czaja, Wiceprezes PAIiIZ – Obsługa inwestorska, doświadczenia programu Polska Wschodnia.
- Anna Dmochowska, PR Manager & PM Green Papers, Antalis Poland – Papier w strategii CSR.
- Jacek Kowalczyk, Dyrektor Departamentu Promocji, Urząd Marszałkowski Woj. Świętokrzyskiego – „Świętokrzyskie czaruje” jako przykład kampanii promującej region.