

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw



## KONFERENCJA & ITARGI

- ◆ DWIE SCENY GŁÓWNE
- ◆ WARSZTATY I ROUND TABLE
- ◆ 60 EKSPERTÓW Z POLSKI EUROPY I USA
- ◆ SCENA EXPO
- ◆ STOISKA
- ◆ WYSTĄPIENIA PRODUKTOWE
- ◆ SESJE NETWORKINGOWE
- ◆ PROMOCJA PRODUKTU
- ◆ BEZPOŚREDNI KONTAKT
- ◆ MIN. 1000 UCZESTNIKÓW

EXPO XXI  
Warszawa  
ul. Prądyńskiego 12/14

ORGANIZATOR:  
**Skill Group**

[www.indm.pl](http://www.indm.pl)

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw



## TEMATY & EKSPERCI inDM:

### **Arkadiusz Zaremba** / Idea Bank

**TEMAT:** Praktyczne podejście do atrybucji.

### **Bartosz Góralewicz** / Elephate

**TEMAT:** Jak startupy zdobywają Polskę i świat dzięki SEO. Case studies naszych klientów!

**OPIS:** Podczas wystąpienia poruszę gorący ostatnio temat SEO dla startupów. Pokażemy jak nasi klienci tacy jak UXpin, LiveChat, DocPlanner, Morizon, Picodi czy Oponeo uzyskują nawet kilkuset procentowe wzrosty sprzedaży dzięki SEO. Odczaruję trochę mitów na temat SEO oraz pokażę jak możesz zacząć zdobywać świat wraz ze swoją firmą.

### **Maciej Lewiński** / iSURVIVAL

**TEMAT:** GOOGLE ANALYTICS.

### **Miłosz Woźniak** / DDS Poland

**TEMAT:** Audyt SEO i użyteczności.

### **Roel Willems** /

**TEMAT:** Eliminowanie domysłów - od środków doraźnych po sukces strukturalny.

**OPIS:** Roel podzieli się z Państwem pomysłami na to, jak praca nad procesami pozwoli uzyskać strukturalne oraz istotne rezultaty. Opowie o tym dlaczego został stworzony zespół ds. konwersji oraz o oddziaływaniu eksperymentów kontrolowanych, które są oparte na faktach. Kto i jakie funkcje pełni w zespole? Co do tej pory zostało ustalone? Jakich metod się używa? Z jakich narzędzi się korzysta? Jak działają procesy wewnętrzne? Dlaczego i w jaki sposób Ahold odniósł dzięki temu sukces?

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw

The logo for inDM is a dark hexagon with the text 'inDM' inside. 'in' is in a light green color and 'DM' is in white.

## Amahdy Abdelaziz /

**TEMAT:** Building for billions with Progressive Web Apps.

**OPIS:** I will discuss the new technologies available now to make web applications load faster even under low connectivity and restricted resources. I will also show examples on how to make the web application works offline. Whether the targeted user is flying with no internet connectivity, or located in a location with poor internet access, the user experience should not be affected.



## Tim Green /

**TEMAT:** Private data as currency.

**OPIS:** There's a new idea that people should be able to take back control of their own data and trade it with sellers when they are ready to buy. It's more efficient and private than the current situation - where companies track people all over the web to make guesses about what they want to buy.



## Barbara Czyżowicz-Lorek / Deloitte

**TEMAT:** Employee amplification in B2B Content Marketing.

**OPIS:** Globalna zmiana kultury w organizacjach, integracja życia prywatnego ze służbowym i nieustanna obecność mediów społecznościowych w naszym życiu wymusza od firm zmiany podejścia do dystrybucji własnych treści. Pracownicy coraz częściej budują pozycję eksperta poprzez publikacje elektroniczne, takie jak blogi, vlogi, czy profile na Twitterze i Facebooku. Wspierani przez zatrudniające ich przedsiębiorstwa, mogą się stać ważnym kanałem kontaktu z zewnętrznymi interesariuszami.



## Daniel Kędzierski / FastTonys.es

**TEMAT:** Jak marketing automation wpłynie na branżę social media.

**OPIS:** Automatyzacja w procesie pozyskiwania leadów. Lejek sprzedażowy w social media. Remarketing - nie sprzedawaj, pozwól kupować.



## Danny Jack /

**TEMAT:** 10 myths about digital marketing and social media.

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw



## Donna Kivirauma / TeamUp

**TEMAT:** Create-tive Marketing - the art of creating opportunities.

**OPIS:** Learn how to use the 4 P's, Purpose, Passion, Perseverance and Positive thinking to reach your goals even when there are enormous roadblocks to your path to success. Using the techniques in marketing will enable you to do things that were not thought possible.

## Jerzy Kalinowski / KPMG

**TEMAT:** Customer Experience: w jaki sposób spełnić oczekiwania konsumentów cyfrowych.

**OPIS:** Czego oczekują cyfrowi konsumenci? W jaki sposób chcieliby być obsługiwani podczas pełnej podróży klienckiej (ang. customer journey)? W jaki sposób mierzyć doświadczenia klienta (ang. „customer experience”)? W jaki sposób spełniać oczekiwania konsumentów cyfrowych odnośnie ich doświadczeń klienckich? Jakie rozwiązania naprawdę działają w świecie omnikanałowym?

## Kamil Brzeziński / Od kuchni

**TEMAT:** Wearable technology - co, jak i dlaczego?

**OPIS:** Nowe technologie rozwijają się szybciej niż jesteśmy w stanie się ich nauczyć. Wearable technologies to jedna z najnowszych gałęzi urządzeń i rozwiązań, które mają nam pomagać w życiu codziennym. Podczas wystąpienia Kamil Brzeziński opowie o tym, co ciekawego jest na tym rynku, jak może to służyć ludziom i przede wszystkim jak mogą to wykorzystać firmy.

## Łukasz Hardek / FreshMail

**TEMAT:** Rozkochaj w sobie klienta, czyli 7 złotych zasad skutecznego email marketingu.

**OPIS:** Co email marketing ma wspólnego z miłością? Jak zagadać, żeby zaiskrzyło? Jak napisać szczęśliwe zakończenie? W 10 punktach opowiem o tym, co zrobić, żeby zwykłe zagadanie doprowadziło nas do Happy Endu (w email marketingu).

## Magnus Zaar / Think Agency

**TEMAT:** How to win with video?

**OPIS:** Wszyscy wybierają przekazy wideo. Ale jak poradzić sobie z przejściem na przekazy wideo w tej nowej rzeczywistości medialnej. Magnus Zaar - ekspert ds. filmów internetowych - opisuje tę nową rzeczywistość związaną z filmami internetowymi. Podaje przykłady na to, co należy zrobić, a czego nie robić nie wolno.

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw

inDM

## Martijn Scheijbeler / The Next Web

**TEMAT:** How (Content) Marketing Works at a Publisher!?

**OPIS:** Zbudowałeś tożsamości marki, prowadzisz na bieżąco działania marketingu-mix i dostarczasz wiadomości poprzez swoje internetowe kanały marketingowe. Jakie lekcje z tego wyciągasz? Co możesz usprawnić? Omówimy jak to działa na przykładzie takich wydawców jak The Next Web - ponad 30 nowych postów dziennie sprawia, że dostarczana jest lawina nowych pomysłów marketingowych, które można wykorzystać, aby usprawnić swoją strategię. Haczyk? W jaki sposób następuje efektywne spieniężenie. W tej prezentacji Martijn szczegółowo omówi to, w jaki sposób The Next Web ustanowił swoje kanały marketingowe oraz w jaki sposób korzystamy z danych, aby podejmować decyzje związane z ulepszeniem naszych marketingowych działań!

## Martyna Smak / Lemon Sky J. Walter / Thompson

**TEMAT:** Mobile jako nieodłączny i podstawowy element kampanii reklamowych.

**OPIS:** Mówiliśmy o rewolucji, a okazało się, że w ciągu 5 lat mobile po cichu został adoptowany przez digital, bardzo solidnie trzyma się swojej pozycji i broni swoich wyników. Smartfon jest wyjątkowo wdzięcznym narzędziem do komunikacji z konsumentem dlatego, że nie ma na świecie drugiego urządzenia, do którego tak często zaglądamy. Opowiem o tym jak wpaść w ręce klienta, a właściwie dostać się bezpośrednio do jego kieszeni. W jaki sposób zaangażować klientów, tak żeby sterować kampanią reklamową niezależnie od planowanej powierzchni. Kreatywne wykorzystanie mobile na podstawie globalnych kampanii łączących Mobile + OOH, Mobile + Display, Mobile + TV, Mobile + POS.

## Michał Kowalski / Boneter / ZyskownaFirma.pl

**TEMAT:** Słoń przed domem czyli jak znaleźć ciekawy pomysł na tanią reklamę.

**OPIS:** Ogranicza cię budżet? Nie masz pieniędzy na reklamę? Brakuje pomysłów na skuteczny marketing? Poznaj 5 sposobów wynajdywania niebanalnych sposobów zdobywania klientów za niewielkie pieniądze lub zupełnie za darmo! Zaskakujące przykłady z różnych branż i gotowe wskazówki do natychmiastowego zastosowania.

## Michał Kowalski / Lab4Motion

**TEMAT:** Sklep przyszłości.

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw



## **Pia Betton** / Edenspiekermann

**TEMAT:** Design Thinking in brand and digital projects.

**OPIS:** Obecnie istnieje dość sporo materiałów związanych z pojęciem myślenia projektowego. Ale jak to się ma w rzeczywistości do projektów z ograniczonym budżetem oraz brakiem czasu na 2-3 dniowe szkolenia? Pia Betton opowie o paru małych projektach i pokaże Wam w jaki sposób nawet małe projekty mogą czerpać zyski dzięki takiemu tokowi rozumowania i takim metodom. Opierając się na praktycznym doświadczeniu związanym z licznymi projektami, Pia Betton zaprezentuje zestaw Method Cards tworzony na przestrzeni lat przez Edenspiekermann.

## **Piotr Adamczyk** / MEC

**TEMAT:** Internet Rzeczy.

## **Tomasz Woźniak** / Future Mind

**TEMAT:** Disruptive w branży marketingowej. Czyli czego powinniśmy się bać a już musimy zaakceptować.

**OPIS:** Opowiem dlaczego disruptive innovation istotnie wpływa na branżę marketingową. Podam przykłady jak technologie, które miały wspierać marketerów pozbawiają dziś ich pracy. Uzasadnie dlaczego agencje reklamowe i domy mediowe muszą szukać nowych modeli biznesowych i jaka była w tym rola rewolucji mobilnej. Postaram się też przedstawić pozytywne przykłady, w których branża zareagowała właściwie i to w nich należy upatrywać przyszłych liderów.

## **Wojtek Hołysz** / Filmpoint

**TEMAT:** "Video jest najlepsze, video jest wszędzie!" - I co z tego?

**OPIS:** Video dąży do dominacji kanałów komunikacyjnych zarówno wielkich, globalnych firm jak i lokalnych butików. W marketingu ciężko myśleć o kampanii bez video - wszyscy chcą je mieć, kiedy tylko się da. I co z tego? Czy warto iść za resztą stada? Czy video w digitalu faktycznie jest tanie i skuteczne? Kiedy szkodzi? Zapraszam na dyskusję o dwóch stronach medalu.

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw

inDM

## Martin McGloin / Sorry As A Service

**TEMAT:** Customer Experience is the new Marketing.

**OPIS:** Dostarczanie emocji. Realnie. W ostatnich latach zauważalny jest niesamowity rozwój innowacji oraz zaawansowania technologicznego. Jednakże technologia wraca do swoich początków - do ludzkich instynktów oraz psychologii. Szczególnie ciekawym zagadnieniem stała się komunikacja pomiędzy przedsiębiorstwami a ich klientami. Ludzie oczekują empatii, porozumiewania się oraz okazywania emocji na takim samym poziomie, jak podczas rozmawiania ze swoimi przyjaciółmi. Tymczasem reklamowanie się ma co raz słabszy efekt, ponieważ to co przedsiębiorstwa chcą o sobie powiedzieć, staje się co raz mniej ważne, a marka co raz częściej definiowana jest dzięki rozmowom między klientami. Firmy muszą zrozumieć w jaki sposób realnie rozmawiać z klientami jak z przyjaciółmi. W jaki sposób przedsiębiorstwa mogą realnie wdrożyć indywidualne podejście? Sorry As A Service to oprogramowanie startupowe, które próbuje zmierzyć się z kwestią realnego dostarczania właśnie takich osobistych chwil zachwyty.

## Daniel Jackson / CORD Worldwide

**TEMAT:** Music-First Marketing.

**OPIS:** Muzyka to już nie tylko podkład dźwiękowy dla komunikatu marki. Muzyka stała się jedną z najważniejszych mediów dla marek, aby mogły komunikować się ze swoimi klientami w odpowiednio emocjonalny i kulturalny sposób. Weź pod uwagę muzykę już na samym początku tworzenia strategii dla swojej marki.

## Hubert Anyzewski /

**TEMAT:** Digital Transformation - proces transformacji organizacji oraz rola experience design.

## Roy Jacques /

**TEMAT:** Zarządzanie portalami społecznościowymi w realny sposób - jak duże marki mogą usprawnić swoją aktywność na portalach społecznościowych.

## Anne-Laure De Belloy / Lucette

**TEMAT:** Marketing internetowy w branży kosmetycznej.

# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw



## Richard Harless /

**TEMAT:** Connected Marketing: Metody i przykłady łączenia świata offline i świata mobilnego.

**OPIS:** Wystąpienie porusza temat tego, w jaki sposób specjaliści ds. marketingu mogą zwiększyć efektywność rozwiązań mobilnych poprzez doznania dźwiękowe oraz wzrokowe, aby usprawnić komunikację z klientem i na bieżąco świadczyć usługi użytkownikom.

## Stefan Bielau /

**TEMAT:** Marketing via Mobile Messaging Apps.

**OPIS:** Komunikacja stała się już w pełni "mobilna" głównie dzięki powstaniu takich aplikacji jak Snapchat, Whatsapp, itp. Użytkownicy łączą się, rozmawiają i wchodzą w interakcję ze znajomymi, markami i usługami poprzez aplikacje do obsługi wiadomości prawie przez 24 godziny na dobę. Niniejsza prezentacja omówi związek cyfrowego marketingu z tym wielce angażującym i interaktywnym ekosystemem oraz szanse na jego przetrwanie.

## Leslie Maunsbach /

**TEMAT:** "Video jest najlepsze, video jest wszędzie!" - I co z tego?

**OPIS:** To oczywiste, że wszyscy korzystają z portali społecznościowych, lecz marki, które odnoszą sukces to te, które postrzegane są jako godne zaufania i rzetelne. Takie, których wartość zauważalna jest w postach niezwiązanych z produktami i usługami, jakie oferuje firma. Poprzez inspirowanie naszych pracowników oraz tworzenie zgranych ekip (mamy w zespole promotorów marki) i wykorzystywanie ich umiejętności, zbudowaliśmy fundamenty imponującego doświadczenia związanego z marką.

- Skupimy się na tym, jak:
- Wydobyć naszą wewnętrzną moc
- Uzyskać wewnętrzną wiarygodność
- Dostosować nasze cele związane z portalami społecznościowymi, aby odpowiadały celom większych organizacji
- Uzyskać zasadniczą korzyść poprzez "Up Content Marketing"
- Znaleźć inspirację i nie stracić jej



# inDIGITAL MARKETING

Conference & Expo  
05-06/10/16 | Warsaw

inDM

## Neil Davidson /

**TEMAT:** Finding the Human in Your Brand: Secrets of Success in the Digital Age.

**OPIS:** Our relationships are changing with brands in the digital age, and we face as many opportunities and challenges. Brands need to behave as 'human brands' to react to Generation Impatient's 'swipe right, swipe left' mindset. Join HeyHuman as we share how new insights into brand relationships, behavioural economics and neuroscience have reframed the opportunity for digital marketing, brands and businesses. The culmination of over 2 years' thinking, we'll help you understand the secrets of new brand behaviours and how to build more effective connections between your brands and Generation Impatient, based on our research and client case studies.

## Łukasz Kuc / PKO Bank Polski

**TEMAT:** Czy firmy powinny stawiać na tworzenie własnych aplikacji czy na wersje mobilne swoich stron internetowych?

## Konstantin Kanin / DaCompany

**TEMAT:** Komunikacja z konsumentami za wschodnią granicą.

