

Kommunikatsioonijuhtimise mõttekoda „Reklaam on surnud, elagu kommunikatsioon”

Eesti kommunikatsioonijuhtide iga-aastane suurim kokkusaamine, kommunikatsioonijuhtimise mõttekoda, toimub tänava 4. novembril.

„Oleme selgi aastal noppinud üles paljudele meist tõsist peamurdmist valmistava teema. See puudutab meid kõiki ja ilma lahenduseta ka edasi ei saa,” ütles Kaja peatoimetaja ja mõttekoda moderaator Annela Laaneots.

Paljud uued ülemaailmsed brandid ei kasuta enam traditsioonilist massimeediareklaami, samuti suur hulk vanemaid ja juba tuntud tehnoloogiabrände. See trend on hoogustumas ka Balti riikides ja Eestis, nii suurtes kui väikestes organisatsioonides. Millega traditsiooniline reklaam kommunikatsioonis asendada?

Mõttekoja teemad

- Toome välja, miks on järjest rohkem neid ettevõtteid, kes traditsioonilisele reklaamile ei panusta.
- Põhjendame, miks on traditsioonilise reklaaminduse osakaal SEB turunduskommunikatsioonis väga väike ja üha kahanev nähtus.
- Jagame kogemustlugusid eri ettevõtete näitel.
- Näitlikustame, kus kohas ajalehes lõpeb artikkel ja algab reklaam.
- Räägime sellest, et tegu on kommunikatsioon.
- Õpetame, kuidas luua head lugu.
- Kuidas siis edasi?

Loovuse ja reklaami seostest.

Mõttekoja programm ja registreerimine on kättesaadav <http://seminar.aripaev.ee/> KAJA tellijatele soodsam hind!

Ära loe seda reklaami!

4. NOVEMBRIL 2015
TALLINNAS

KOMMUNIKATSIOONIJUHTIMISE
MÕTTEKODA KAJA 2015

Reklaam on surnud, elagu kommunikatsioon!

Mõttekojas

- Uurime, miks on järjest enam ettevõtteid, kes traditsioonilisele reklaamile panuseid ei tee
- Põhjendame, miks on traditsioonilise reklaaminduse osakaal SEB turunduskommunikatsioonis väga väike ja kahanev nähtus (Silver Vabu)
- Jagame kogemustlugusid eri ettevõtete näitel
- Kirjeldame ajalehe näitel, kus lõpeb artikkel ja algab reklaam (Allar Tankler)
- Räägime sellest, et tegu on kommunikatsioon (Taavi Korke)
- Õpetame, kuidas luua head lugu (Indrek Harpla)
- Kuidas siis edasi? Loovuse ja reklaami seostest (Tiina Hobb)

*Kava täieneb

Programmi ja registreerimise aadress: seminar.aripaev.ee/kaja2015
Kuni 01.08.2015 KAJA tellijatele erihind 199 eurot + km (228,8 eurot), täishind 369 eurot + km (442,8 eurot)
Nõel Soovetega registreerimisel pakub kirjandust ja materjali KAJA 2015
Lisainfo: Liina Liiemäe, mõttekoja projektijuht, liina.liiemae@aripaev.ee, tel 56 99 2025

Komalepp: **KAJA** **Aripäev**



Inge Rumessen

PR Strategies sai Hill+Knowlton Strategiesi ainuesindusõiguse Eestis

Suhtekorraldusagentuur PR Strategies sai ametlikult Hill+Knowlton Strategies (H+K) partneriks Eestis, mis võimaldab agentuuri klientidel saada osa maailma parimatest praktikatest suhtekorralduse ja turunduse vallas ning tipptasemel kommunikatsioonituge välisurgudel tegutsemisel.

„Partnerluse suurim väärtus meie klientidele on maailma suhtekorraldusagentuuride paremiku kuuluva Hill+Knowlton Strategiesi kogemus ja *know-how*. Kuigi iga meie kliendi jaoks valmib kommunikatsioonipakett rätsepatoona konkreetseid vajadusi ja ka võimalusi arvestades, on siiski maailma tasandil ellu rakendatud meetodid ja tööriistad sageli oluliseks lähtekohaks keerulisemate väljakutsete lahendamisel,” ütles PR Strategiesi asutaja ja omanik Inge Rumessen. „Ühtlasi on see loogiline samm, kui arvestada, et märkimisväärsel osal Eesti ettevõtetest on ambitsioon olla edukas eksporturgudel, rõhutas Rumessen.

Hill+Knowlton Strategies EMEA presidendi Lars Erik Gronntuni sõnul on H+K-le tähtis olla kõrgel tasemel esindatud riikides, kus rahvusva-

helised kliendid vajavad kommunikatsioonigagentuuri teenust oma turundusplaanide elluviimisel ja ka kriisisituatsioonides. „PR Strategiesi näol on tegemist partneriga, kes vastab meie kvaliteedistandarditele ja nägemusele professionaalsest suhtekorraldusteenuse pakkujast.”

PR Strategies juhindub oma tegevuses H+K üleilmsetest hea äritava juhustest ja eetika-koodeksist, mis võimaldab olla usaldusväärne koostööpartner kommunikatsioonilahenduste pakkumisel.

PR Strategiesi eesmärk on pakkuda professionaalset suhtekorralduslast täiusteenust alates kommunikatsioonistrateegia kujundamisest kuni loovideede väljatöötamise ja elluviimiseni, olles sealhulgas usaldusväärne partner ka kriisisituatsioonide lahendamisel.