

DIGITAAL WILLEN WE ALLEMAAL

19 APRIL 2012 IN MEDIA PLAZA, UTRECHT

Tijdschrift voor
Marketing
Congres van



i.s.m. keypartner



Sponsoring

Wilt u zich graag als kennispartner presenteren of live contact met uw doelgroep? Bent u die organisatie die gespecialiseerd is in online interactie en weet hoe branded content in te zetten? Is uw organisatie gespecialiseerd in het verbeteren van conversie op een website, het in gesprek te gaan op social media en het meten van doelen in social media?

Dan biedt 'Digitaal Willen we Allemaal' u dé kans om te schitteren als sponsor op dit congres.

Bezoekersprofiel

Naar verwachting zullen 125 marketing- & communicatiemanagers deelnemen.

Congres

Inmiddels is digitale communicatie een wezenlijk onderdeel van de marketingstrategie en hebben marketeers uitgebreid kunnen ruiken aan social media. Tegelijkertijd staat de volgende uitdaging voor de deur: is je merk klaar om de dialoog aan te gaan? Waarover praat je met je doelgroep, en hoe ga je de conversatie aan? En: wat levert een dialoog op en hoe bepaal je of dat de moeite waard is?

Vandaar het thema van de 5^e Digitaal Willen We Allemaal: *'De kunst van het conversatie voeren.'*

Een dag vol inspiratie en leermomenten, met zowel prikkelende verhalen van internationale sprekers als de best-practices van Nederlandse collega marketeers. Met organisaties variërend van NS tot Hi en van Lay's tot Tempo-team.

Nieuw dit jaar: De bezoeker kunnen kennismaken met verschillende experts op het gebied van mobile/apps en social media monitoring en -ROI. Zij beantwoorden die dag praktische vragen die bezoekers kunnen laten weten via #DWW12.

Programma

- Opening door Theo van Vugt, hoofdredacteur van Tijdschrift voor Marketing & Adformatie.
- Video terugblik op 2011. Vorig jaar vertelden onder meer HEMA, KLM en Philips Healthcare over hun ervaringen, hoe zou het er nu mee staan?
- 'Wat is een dialoog?' De kunst van dialoog voeren door Alfred Levi van 3MO.
- Keynote Philip Sheldrake, oprichter van Meanwhile en schrijver van 'The Business of Influence: Reframing Marketing and PR for the Digital Age.'
- Internationale case
- 'De Hi-society: het contact met vrienden staat #nevernootuit.' Marjolein Poot, Adviseur Marketing Communicatie online / Social Influence Marketing van Hi.
- De dialoog met de NS-reiziger als service-instrument en als middel om de merkwaarden te versterken. Gerjan Vasse, Social Media Manager / Project Manager Corporate Communication, NS
- Anders denken over werk, anders denken over communiceren: de conversatiecampagne Blijf Bezigt - Marcel Kalmeijer, hoofd van de Afdeling Marketing & Communicatie van Tempo-Team.
- Communicatie 2.0 voor een sterk FMCG-merk: van opvallende activiteiten naar een continue conversatie-strategie.
- Welke merk-laag legt een digitale conversatie over een retail-merk?
- Afsluitende beschouwing: wat zijn de essentiële bestanddelen van een succesvolle dialoog, en hoe staat de het vak er voor?

Nieuw dit jaar: in samenwerking met IAB 'Meet the expert'. Waar moet ik letten bij de inkoop van trackingtools? Hoe beoordeel ik mijn nieuwe social media strategie? Moet ik een mobiele site of een app? Gebruik de breaks om je meest prangende vragen aan de experts te stellen.

DIGITAAL WILLEN WE ALLEMAAL

19 APRIL 2012 IN MEDIA PLAZA, UTRECHT

Sponsormogelijkheden DWWA 2012	Zilver € 5.000	Goud € 7.500	Platina € 10.000
Exposure voorafgaand aan 'Digitaal willen we allemaal'			
Logo met link op de website	X	X	X
Logo in e-mailings (min. 2x) oplage 10.000	X	X	X
Logo op wervingsadvertenties Tijdschrift voor Marketing oplage 12.000 Adformatie oplage 35.000	X	X	X
Gratis toegangskaarten (waarde € 695 per stuk) Recht op korting extra toegangskaarten*	2	4	6
Exposure tijdens 'Digitaal willen we allemaal'			
Naams- of logovermelding op lanyards voor badges			X
Banier op podium		X	X
Banier in ontvangstruimte	X	X	X
Gadget uitdelen bij vertrek bezoekers		X	X
Logo op presentatiescherm (bij aan- en afkondiging)	X	X	X
Exposure na afloop van 'Digitaal willen we allemaal'			
Logovermelding op evaluatie e-mail naar deelnemers	X	X	X
Op maat opties (in overleg en tegen additionele kosten)			
Sponsoring borrel			X
Of			X
Extra voordelen voor sponsoren			
<p>* Iedere sponsor heeft de mogelijkheid om extra kaarten aan te kopen voor de prijs van:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 kaarten € 325 per stuk - 10 kaarten € 375 per stuk - 5 kaarten € 425 per stuk <p>** Iedere sponsor kan een 1/1 f.c. advertentie plaatsen in Tijdschrift voor Marketing voor een tarief van € 2.250.</p>			

Contact: Vincent van Beek via vincent@adformatie.nl of 06-20394656
Dieuwke van der Wal via dieuwke@adformatie.nl of 020-5733632

www.digitaalwillenweallemaal.nl

www.kluwermedia.nl/digitaalwillenweallemaal

Adformatie groep

 **Kluwer Media**
a Wolters Kluwer business

Uw mediapartner
in business-to-business