

**ZÁRÓBESZÁMOLÓ**  
**- részletekben történő támogatás esetére -**

Erk. 2011. június 20.

AL/2677-005/2010.

**Pályázati kiírás száma:** VKK\_2\_2010

**Program elnevezése:** Üzlet-e a média 2011-ben – reklám-média konferencia

**A támogatási szerződés száma:** AL/2677-005/2010; előzménye: AL/2677/2010

**Kedvezményezett neve és székhelye:** Napi Gazdaság Kiadó Kft. 1033 Budapest, Polgár utca 8-10.

**Szakmai felelős neve:** Madarász János

**A Program befejezésének határideje:** 2011 tavasza

**A Program befejezésének tényleges időpontja:** 2011. április 13.

**A Támogatás összege:** 500 000 Ft

**1. Mutassa be a Program megvalósításának menetét, főbb lépéseit!**

A Napi Gazdaság közel egy évtizede rendez szakmai konferenciákat. Ezen belül a Napi Gazdaság üzleti napilapban két hetente szerdánként jelenik meg Reklám/média oldal, amely a piacról ad mérvadó információkat az olvasóknak.

A konferencia megrendezésének apropója, hogy a mostanra mindenki számára egyértelművé vált, hogy nem érdemes várni a 2008-as hitelválság előtti reklámbevételek visszatérését. A csökkenés nem csak tovább tart, mint a piaci szereplők zöme várta, de alapjaiban változtatta meg mind a hirdetőket, mind a médiapiac egyes szereplőinek a gondolkodását. A hirdetők szempontjából alapvető elvárásként fogalmazódott meg a hirdetések hatékonyságának mérhetősége, számszerűsíthetősége, míg a médiapiac szereplőinek olyan innovatív megoldásokat kellett kitalálniuk, melyekkel szinten tudják tartani az egyre csökkenő bevételeiket és eleget tudnak tenni a magasabb elvárásoknak. Ez azért is fontos, mert a médiumok nem csak a bevételek gyűjtőhelye, hanem számos kiadással számoló munkaadó is egyben.

Konferenciánk célja volt, hogy egy olyan tükröt tartsunk a médiapiac szereplői elé, mely a valós, sokak számára egyáltalán nem kedvező képet mutatja be, és olyan alternatív megoldásokat kínáljon, melyek hosszabb távon a bevételek növekedésével járhat. Emellett természetesen nem szabad elfelejteni, hogy a médiumok is felelősek a bennük megjelenő reklámokért, a fogyasztók manipulálását célzó reklámanyagokért. Utóbbira kerekasztal beszélgetéseinkbe építettük bele.

Meghívott előadónk a médiapiac ismert személyiségei, meghívásuknál arra törekedtünk, hogy általánosságok helyett a piaci szegmensek egyedi sajátosságait hívjuk fel a figyelmet: más helyzetben vannak a nyomtatott lapok, internetes portálok, televízió- és rádióműsor szolgáltatók, továbbá más a kereskedelmi média és a közszolgálati média helyzete is. Mindegyik szegmens külön-külön fontos szerepet tölt be célcsoportja tájékoztatásában.

A tervezett program összeállítására, lehetséges időpont meghatározására a konferencia megrendezése előtt legalább 4 hónappal kerül sor. Ebben a folyamatban szorosan együttműködik a marketing, a szerkesztőség és az értékesítés:

- konkurencia, hasonló témájú rendezvények figyelése az ütközések elkerülése végett – Kovács Péter marketing vezető tevékenysége, ami a rendezvényt megelőző 4. hónapban kezdődik
- szakmai partner felkérése - Kovács Péter marketing vezető tevékenysége, ami a rendezvényt megelőző 4. hónapban kezdődik

2

- előadók informális felkérése – marketing vezető, felkért újságíró, valamint az üzletkötők feladata a rendezvényt megelőző 4. hónapban

#### **Konferencia szervezésével kapcsolatos teendők:**

Napi Gazdaság konferenciái megtervezésekor és a konferencia-naptárba történő beillesztésekor mindig kiemelkedő szempontnak számít a téma iránti fogékonyság mértéke. Konferenciáinkon igyekszünk olyan témákat, tematikákat és előadókat bemutatni közönségünknek, amelyek, illetve akik szakmailag relevánsak és szakterületük kiemelkedő szakértői. Hozzá kell tenni, hogy konferencia tematikáink mindig a rendezvény előtti 2. héten válik véglegessé.

Konferencia programjával kapcsolatos teendők időbeli lebontása:

1. Tervezett program összeállítása, lehetséges időpont meghatározása a konferencia megrendezése előtt legalább 4 hónappal.

Szorosan együttműködik a marketing, a szerkesztőség és az értékesítés.

2. Konkurencia, hasonló témájú rendezvények figyelése az ütközések elkerülése végett – Kovács Péter marketingvezető tevékenysége a rendezvényt megelőző 4 hónapban.
3. Szakmai partner felkérése - Kovács Péter marketingvezető tevékenysége a rendezvényt megelőző 4. hónapban.
4. Előadók informális felkérése – marketingvezető, a felkért újságíró, valamint az üzletkötők feladata a rendezvényt megelőző 4. hónapban
5. Előadók hivatalos felkérése – marketing osztály feladata a konferenciát megelőző 11. hétben
6. Részletes program felkerülése az online-ra ([www.napi.hu/konferencia](http://www.napi.hu/konferencia)) – Kovács Péter feladata a konferenciát megelőző 10. hétben
7. Program véglegesítése – Kovács Péter és Madarász János(lapigazgató) feladata a konferenciát megelőző 2. hétben
8. Előadók telefonon történő emlékeztetése a konferenciáról – marketing feladata a rendezvényt megelőző héten.

A konferencia helyszínével kapcsolatos teendők:

1. Helyszín kiválasztása a tervezett létszám és a szponzori igények alapján – marketing feladata a konferenciát megelőző 11. héten.
2. Helyszín lefoglalása – a marketing foglalja le a rendezvényt megelőző 10. héten.
3. Pontosítás a technikai igényeket illetően – a marketing feladata a konferenciát megelőző 3. héten.
4. Igény esetén parkolási helyek felkutatása, lefoglalása - a marketing feladata a konferenciát megelőző 3. héten.
5. Igény esetén: szponzorokkal történő bejárás – a konferenciát megelőző 2. héten kerülhet erre sor a lapigazgató és a marketingvezető társaságában.
6. A terem berendezésének és a cateringnek a pontosítása a (becsült) létszám alapján – Kovács Péter beszéli meg a szolgáltatóval a konferenciát megelőző héten.
7. Installációk, szóróanyagok helyszínre történő szállítása – Napi Gazdaság feladata a konferencia előtti napon.
8. Installációk elhelyezése – a Napi Gazdaság feladata a konferencia napján.
9. Welcome csomag összeállítása – marketing és a hostessek feladata a konferencia előtti napon.

A konferencia meghirdetésével kapcsolatos teendők:



1. Szórás-terv készítése, beleértve a saját lapot és az online felületeket is – marketing feladata a konferenciát megelőző 10. héten.
2. Felületek befoglalása – marketing feladata a konferenciát megelőző 10. héten
3. Hirdetések elkészítése a befoglalt felületek alapján – Napi Gazdaság tördelői készítik el a konferenciát megelőző 10. héten.
4. Bannerterv elkészítése – a marketingvezető készíti el a konferenciát megelőző 10. héten.
5. Banner elkészítése az elkészült terv és a print hirdetés alapján – Napi Gazdaság grafikusja készíti el a konferenciát megelőző 10. héten.
6. Hirdetések, bannerek szétküldése – marketing feladata, az időszakban folyamatosan történik meg.
7. Megjelenések ellenőrzése - marketing feladata, az időszakban folyamatosan történik meg.
8. DM levél kiküldése meglévő adatbázisra – marketing feladata a rendezvényt megelőző 8. héten.
9. Telesales bevonása a jegyértékesítésbe (amennyiben indokolt) – a konferenciát megelőző 6. héten.
10. Telesales részére adatbázis összeállítása – marketing feladata a konferenciát megelőző 6. héten.

#### A konferencia résztvevőivel kapcsolatos teendők:

1. Írásos visszaigazolás a regisztrált résztvevőknek – marketing feladata a regisztrációt követő 1 munkanapon belül.
2. Hibás e-mail cím vagy egyéb elérhetőség esetén az adatok pontosítása – marketing feladata, végrehajtása folyamatos.
3. Minden résztvevő (előadó, támogató, VIP, fizető, sajtó) a Napi Gazdaság belső irányítási rendszerében történő rögzítése, pontos elérhetőséggel – marketing feladata a regisztrációt követő 1 munkanapon belül.
4. Számla készítése a fizető résztvevőknek – pénzügy feladata a regisztrációt követő 1 munkanapon belül.
5. Résztvevők e-mailben történő emlékeztetése a konferenciáról és a fizetési határidő betartásáról – marketing feladata a rendezvényt megelőző 2. munkanapon.
6. VIP vendégek meghívása – marketing feladata a konferenciát megelőző 2. héten.
7. Sajtómeghívók kiküldése – marketing feladata a konferenciát megelőző héten.
8. Kitévők elkészítése - marketing feladata a konferenciát megelőző napon.
9. Program és kérdőív nyomtatása - marketing feladata a konferenciát megelőző napon.

#### Egyéb fontos dolog:

1. A szponzori előadók informális felkérése az üzletkötők feladata, melyet írásban kell igazolnia – a rendezvényt megelőző 3. hónaptól.
2. A szponzori résztvevők neveinek, szóróanyagainak, installációinak bekérése az üzletkötő feladata - rendezvényt megelőző héten.

#### A konferencia kommunikálása cégen belül:

1. szakújságíró felkérése tematika írására – marketing és a lapigazgató feladata a konferenciát megelőző 16. héten.
2. szakújságíró felkérése moderálásra – marketing feladata a konferenciát megelőző 16. héten.
3. a konferencia időpontjának ismeretében a moderátor és a szerkesztőség tájékoztatása a helyről, időpontól, tematikáról – Kovács Péter és Madarász János feladata a rendezvényt megelőző hét lapindító értekezletén.

L

4. Online tudósítás, fotózás megszervezése - Kovács Péter és Madarász János feladata a rendezvényt megelőző hét lapindító értekezletén.

Munkatársaink felkészültségét mi sem bizonyítja jobban, hogy már évek óta alkotják a Napi Gazdaság csapatát, és együttműködésük sikerességét a piac eddig mindig visszaigazolta.

## 2. Összegezze és értékelje a Program eredményeit!

- szakmailag / tudományos szempontból

A Napi Gazdaság Üzlet-e a média 2011-ben? című konferenciája kiemelkedő szakmai színvonalat képvisel a hazai konferencia iparágban, jelentős részben köszönhetően kiváló előadóinknak, akik szakmájuk kiemelt képviselői. A rendezvényeinkhez készített kiadványainkkal, online és főlapi beszámolóinkkal pedig magas hozzáadott értéket biztosítunk egy-egy szakterületen.

A konferenciákon a résztvevők között (önkéntes alapon) kitöltendő kérdőíveket osztunk szét, amelyből kiderült, hogy reklám/média témakörben megrendezett konferenciánkat

- a pályázati célkitűzésekkel összefüggésben

A Napi Gazdaság reklám/média konferenciája az egyik leghatékonyabb fórum, ahol a médiaipar döntéshozói találkozhatnak, megoszthatják nézeteiket egymással és vitatkozhatnak a felmerülő ötletekről. Emellett, ezekbe a témákba belecsempészhető a fogyasztóvédelemre, a reklámok káros hatásainak kiküszöbölésére irányuló tudatos fellépésre irányuló figyelemfelkeltés. Ez pedig nem csak a média hitelességét erősíti, hanem a magyar gazdaságban is elősegítheti a tudatos fogyasztók körének gyarapodását.

- újszerűség bemutatása

A Napi Gazdaság Kiadó minden konferenciája után kiad egy mellékletet vagy a főlapban A nap sztorija elnevezésű két oldalas nagyobb témák feldolgozására létrehozott oldalakon jelennek meg cikkek, beszámolók a konferenciáról. Ez biztosítja, hogy azok is értesüljenek róla, akik nem vettek részt rajta vagy nem a [www.napi.hu](http://www.napi.hu) weboldalról szerzik értesüléseiket. Print olvasói körünk közel 36 ezer főt számlál. Másik különlegességünk, hogy a szerkesztőség szinte „élőben” tájékoztat az Napi Gazdaság Online-on, azaz az elhangzott előadásokról egy-egy összefoglaló anyagot készítenek az előadással egy időben, ami pár percen belül már olvasható is a weboldalunkon, ahol havonta közel 800 ezer fő tájékozódik a napi gazdasági eseményekről.

- a továbbfejlesztés lehetőségei (pl. Program kiterjesztése, további kutatás, módosítás szükségessége)

Konferenciánkon lehetséges lenne, szakmai előadó bevonásával és számára célzott kerekasztal beszélgetés szervezésével bővíteni a konferencia tematikáját. Korábban a Gazdasági Versenyhivatal részéről érkező előadókat a résztvevők, valamint a többi előadó is nagy elismeréssel és lelekesedéssel

L

hallgatta végig. Az is gyakori volt, hogy a GVH-tól érkező előadónk a szünetek alatt is az érdeklődőkkel folytattak informatív beszélgetéseket. Tehát, ez azt jelenti, hogy van igény a Gazdasági Versenyhivatal szakmai előadásaira. Ehhez fel tudnánk még ajánlani interjút(nyomattásban és online-ban is megjelenőt) és az előadás digitális rögzítését, ami a Napi Gazdaság Online-ra és az Indavideo.hu-ra is felkerülne. Ezáltal az üzenet több helyre el tudna érni, továbbá előadás által ki lehetne alakítania személyes kapcsolatokat a piac résztvevőivel. Emberközelivé válhatna a Gazdasági Versenyhivatal, lenne egy arca, ami növelné a tiszteletét és megbecsülését. Ez arra sarkalna, hogy a piaci szereplők jobban betartsák a törvényi szabályozást és segítsék elő a közösségi célokat.

- az eredmények hasznosításának lehetőségei

A konferencián szerzett tapasztalatokat a következő hasonló célközönségnek megrendezett rendezvényeinken hasznosítjuk, valamint az így szerzett tudást átültetjük a Napi Gazdaságban megjelent mellékletekbe is, amellyel közönségünket még jobban tudjuk tájékoztatni, segíteni.

### 3. Sorolja fel a Programmal (annak eredményeivel) összefüggésben született tanulmányokat, kiadványokat, publikációkat, előadásokat stb.!

#### 1. Közterületi reklám korlátokkal – kerekasztal-beszélgetés

A terület fogyasztóvédelmi aspektusainak vizsgálata.

Résztvevői:

- **Szelei Szilárd**, az Epamedia vezérigazgatója
- **Somogyi Miklós**, a Magyar Közterületi Média Szövetség elnöke
- **Koltai Viktor**, a Magyar Reklámszövetség Közterületi tagozatának vezetője

#### 2. Közszolgálati feladatok vs. üzlet – kerekasztal-beszélgetés

A terület fogyasztóvédelmi aspektusainak vizsgálata.

Résztvevői:

- **Ókovács Szilveszter**, a Duna Televízió vezérigazgatója
- **Schatz Péter**, az MTVA Sales House igazgatója
- **Kiss Krisztina**, a Mindshare TV igazgatója
- **Tóth Szilárd**, a Mindshare ügyvezető igazgatója
- **Málnay B. Levente**, a Magyarországi Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke

#### Publikáció:

A Napi Gazdaság Online-on megjelent cikk:

[http://www.napi.hu/magyar\\_gazdasag/mekkora\\_a\\_magyar\\_internetpiac\\_itt\\_megtudhatja.479808.html](http://www.napi.hu/magyar_gazdasag/mekkora_a_magyar_internetpiac_itt_megtudhatja.479808.html)

Kreatív.Online:

[http://www.kreativ.hu/reklam/cikk/oszvert\\_szult\\_az\\_mrsz\\_reklambecslese](http://www.kreativ.hu/reklam/cikk/oszvert_szult_az_mrsz_reklambecslese)

News4Business:

[http://www.news4business.hu/koziemenyek/press\\_release.php?id=11755](http://www.news4business.hu/koziemenyek/press_release.php?id=11755)

MRSZ.hu:

<http://www.mrsz.hu/study.php>

Digibiz.hu:

L

<http://www.digibiz.hu/uzlet-e-a-media-2011-ben---konferencia-tudositas/20110413?from=mcorp>

BrandTrend.hu:  
[http://www.brandtrend.hu/hir/5266/reklamkoltesi\\_adatok\\_2010.html](http://www.brandtrend.hu/hir/5266/reklamkoltesi_adatok_2010.html)

Observer.hu:  
<http://www.observer.hu/news/978>

**4. Összesítve mutassa be a Program végrehajtásának költségeit!**

	Saját forrás	Támogatás	Összesen
Személyi költségek	-	-	-
Dologi költségek			
- konferencia szervezés(catering, hostessek, stb.)	364 995 Ft+áfa	500 000 Ft	864 995 Ft+áfa
- promóciós lapküldés 1x1500 példánnyal számolva	320 000 Ft+áfa	-	320 000 Ft+áfa
- konferencia szervezés technikai költsége	160 000 Ft+áfa	-	160 000 Ft+áfa
Eszközbeszerezések költségei	-	-	-
Egyéb költségek			
- konferencia melléklet készítése	900 000 Ft+áfa	-	900 000 Ft+áfa
- reklámanyagok készítése a konferenciához	1 000 000 Ft+áfa	-	1 000 000 Ft+áfa

Kelt: 2011.06.17.

.....  
Kedvezményezett (képviselőjének cégszerű) aláírása



**Napi Gazdaság**  
www.napl.hu  
Napi Gazdaság Kiadó Kft.  
1033 Budapest, Polgár u. 8-10.  
Adószám: 10773453-2-41