



Digikuluttaja – vaatimukset liiketoiminnalle

Digitaalisuus muuttaa markkinoinnin ja myynnin maailmaa enemmän kuin mikään muu aikamme ilmiö. Tule päivittämään tietosi uusimmilla tutkimuksilla ja näkemyksillä alan huipposääjien esittämänä.

Keskiviikkona 6.2.2013 klo 8.30 – 13.00

SOK Ässäkeskus, Fleminginkatu 34, Vallila, Helsinki

8.30 Aamubrunssi

9.00 Tervetuloa! SMTS:n puheenjohtaja Jukka Saarenpää

Heikki Ailisto, Tutkimusprofessori, VTT

"Ubiikki – joka paikan tietotekniikan vaikutukset arkipäivässämme"

Riitta Perälä, projektitutkija, Aalto yliopisto

"Kiire, kiire, kiire ! Arkipäivän monimediaisuus"

Ville Wikström, yksikönjohtaja, TNS Gallup Oy

"Mobile Life" – miten älypuhelimet vaikuttavat kuluttajien valintoihin

11.00 Kahvitauko

Sami Finne, Retail & Consumer Products Sector Lead, Capgemini Consulting
Sweden & Finland

"Digital Shopper Relevancy" – Capgeminin kv. suurtutkimus digikuluttajista

Niko Juntunen, Managing Director, NetBooster Finland

"Sosiaalinen media – historia, nykyisyys ja tulevaisuus"

Maikki Erich, Development Manager, Aurinkomatkat

"Kuluttajan digitaalisen asiakaspolun tunteminen ja hyödyntäminen asiakasviestinnässä"

13.00 Lopetus

Tervetuloa!

SMTS:n johtokunta

Ilmoittautuminen **1.2.2013 mennessä** toimisto@tutkimusseura.org tai www.tutkimusseura.org

Seminaarin hinta 330 euroa sisältää SMTS:n vuoden 2013 jäsenmaksun.

Oikeudet muutoksiin pidätetään.

Suomen Markkinointitutkimusseura (SMTS) on yli 50 vuotta vanha yhteisö, joka on perustettu kehittämään markkinointitutkimusalalla työskentelevien ihmisten ammatillista osaamista.

Tällä hetkellä seurassa vaikuttaa noin 250 alan ammattilaista.