



Suomen Markkinointitutkimusseura

# Kuluttajan ja markkinoijan suhde tulevaisuudessa

– ymmärtäminen, tavoittaminen ja muuttuva media-ympäristö

**Aloita vuosi huippuseminaarissa, tule kuulemaan ja keskustelemaan  
kuluttajan ja markkinoijan välisestä suhteesta.**

**Keskiviikkona 8.2.2012 klo 8.30 – 13.00**

Helsingin Sanomat, Sanomatalo, Töölönlahdenkatu 2, Helsinki

Ohjelma:

8.30	Aamukahvit
9.00	Tervetuloa! SMTS:n pj Jukka Saarenpää
9.10	Tomi Härmä, Senior Client Director, Dagmar <b>”Suomalaisen kuluttajan elämä arjessa ja arki verkossa - ja miten johtaa markkinointia kuluttajatiedolla”</b>
9.40	Anu Seisto, johtava tutkija, VTT <b>”Kuluttajat ja uuden teknologian hyväksyminen”</b>
10.10	Jonna Toikka, Agency Head, Google <b>”Digiajan kuluttaja ja internetin rooli eri ostoprosessin vaiheissa”</b>
10.40	T a u k o
11.00	Lena Sandell, toimitusjohtaja, Finnpanel <b>”Televisionkatsoja muuttuvassa ympäristössä – miten katsojatutkimus vastaa digiajan haasteisiin”</b>
11.30	Jukka Tolvanen, toimitusjohtaja, tutkimus- ja konseptitoimisto Funck <b>”Kohderyhmä. Pommituksen kohteesta yhteistyökumppaniksi”</b>
12.00	Antti Järvinen, toimitusjohtaja, Toinen <b>”Asiakas- ja markkinatiedolla johtaminen kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa”</b>
12.30	Hans Edin, liiketoimintajohtaja, Nelonen Medi <b>”Muuttuva media - muuttuva markkinointi”</b>
13.00	Lopetus

## Tervetuloa!

Ilmoittautuminen **31.1.2012 mennessä** [eva.leskinen@mark.fi](mailto:eva.leskinen@mark.fi) tai [www.tutkimusseura.org](http://www.tutkimusseura.org)  
Seminaarin hinta 330 euroa sisältää SMTS:n vuoden 2012 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 yli 200 alan ammattilaista.*