**Arijus Žakas: „Nėra laiko pilstyti iš tuščio į kiaurą“**

**Informacijos pertekliaus amžiuje vis sunkiau atkreipti vartotojų ar klausytojų dėmesį. Žinias vartojame greitai, naujienas norime gauti glaustai – investuoti savo laiką į laukimą tapo prabanga, kurios dažnas negali sau leisti. Prie tokių vartotojų poreikių prisitaiko visa rinka.**

Arijus Žakas, agentūros „Socialus marketingas“ vadovas, dirbdamas su įvairių verslų atstovais tokias tendencijas stebi jau keletą metų.

„Didžiausias verslo iššūkis yra tai, kad niekas nebenori švaistyti laiko ilgiems susitikimams ar informacijos paieškoms. Gyvename komunikacinio triukšmo laikais, todėl visi ieško išgrynintų žinių ir kokybiško turinio. Pilstymui iš tuščio į kiaurą laiko nebėra, vartotojams reikia esmės ir realiai įgyvendinamų sprendimų.“ – sakė A. Žakas.

Prieš metus „Socialaus marketingo“ komanda nusprendė greitų ir vertingų žinių koncepciją pritaikyti plačiau – surengė pirmąją skaitmeninės rinkodaros ir komunikacijos konferenciją „Full digital“.

„Ir tuomet, ir šiemet svarbiausia yra turinio kokybė, o Lietuvoje turime fantastiškų, itin aukšto lygio specialistų. Norėjome sulaužyti įprastas konferencijų tradicijas ir savo renginyje turėti ne 1 ar 2 pagrindinius pranešimus, bet kad visi mūsų pranešėjai būtų savo srities, o tuo pačiu ir rinkos, žvaigždės“, – sakė vienas iš konferencijos organizatorių.

A. Žako teigimu, 12 minučių trukmės pranešimų formatas puikiai pasiteisino, konferencijos įvertinimai ir atsiliepimai viršijo visus lūkesčius.

Praėjusiais metais pasiteisino ir kitas sprendimas – marketingo vadovams, vadybininkams ir koordinatoriams suteikti ne tik žinių, bet ir įkvėpimo kurti.

„Praktiniai pranešimai klausytojams naudingi dėl patarimų ir įžvalgų, kurias gali tiesiogiai pritaikyti savo darbe. Tačiau šioje srityje vien tik įgūdžių neužtenka – būtinas įkvėpimas ir gebėjimas mąstyti nestandartiškai. Todėl dalis konferencijos „Full digital“ programos yra skirta įkvepiančioms istorijoms bei patirtims“, – pasakojo A. Žakas.

24 skirtingi pranešimai per vieną dieną – ambicingas užmojis. Ypač, jei aptariamos 2020 m. skaitmeninės rinkodaros ir komunikacijos tendencijos.

„Apžvelgsime skaitmeninės rinkodaros naujienas, svarbiausius pokyčius ir netolimos ateities prognozes. Įsikvėpsime, apsikeisime kontaktais ir vieni kitiems padėsime sudėlioti paskutinius komunikacijos strategijos akcentus kitiems metams“, – sakė A. Žakas.

*Savo patirtimi konferencijoje „Full digital“ dalinsis žurnalistas, laidų vedėjas ir rašytojas Andrius Tapinas, socialinio projekto „Nebegėda“ įkūrėja, rašytoja ir žurnalistė Beata Tiškevič, „Tele2“ korporacinės komunikacijos direktorius Baltijos šalims Andrius Baranauskas, SEB Baltijos šalių skaitmeninės rinkodaros ir automatizavimo vadovas Algimantas Padegimas, Influenceriai.lt agentūros vadovė Laura Aleksandravičė, „Idea Vilnius“ kūrybos vadovas Jonas Valatkevičius, prekės ženklo „KILIG“ vadovė Ieva Semaškienė ir kiti savo srities specialistai.*

*„Full digital“ konferencija įvyks šių metų spalio 29 d. parodų ir kongresų centre „Litexpo“.*

**Daugiau informacijos:**

Justina Meškauskė,„Publicum“ projektų direktorė   
mob. +370 5 269 0033, el. paštas: [j.meskauske@publicum.lt](mailto:r.jarmalavicius@publicum.lt)