**Didžiausioje marketingo konferencijoje atskleis, kokių tendencijų tikėtis kitais metais**

**Lapkričio 29 d. LITEXPO parodų ir kongresų centre ir internetu vyks Lietuvos marketingo asociacijos (LiMA) organizuojama didžiausia marketingo konferencija „LIMA DAY LIETUVA’23: Mutacijos“. Konferencijoje bus kalbama apie marketingo tendencijas ir sprendimus, kuriuos būtina išbandyti 2024 m., apžvelgiami marketingo srities pokyčiai bei dalijamasi įkvepiančiais sėkmės pavyzdžiais.**

„Šiais metais marketingo tendencijas įvardinome ir konferencijos temą skyrėme mutacijoms. Žodis „mutacijos“ savyje turi priešpriešą. Iš vienos pusės, tai yra priverstinis pokytis, kažkas nesuvaldomo, tačiau iš kitos – natūralus procesas, reikalingas norint prisitaikyti. Marketingo profesija reikalauja greito reagavimo į pokyčius, žaibiškos adaptacijos į besikeičiančius vartotojų poreikius ir skatina nuolat mutuoti produktą bei visą organizaciją, kad ji įgautų geresnį atsparumą grėsmėms ir laimėtų konkurencinėje kovoje“, – kviečia Lietuvos marketingo asociacijos direktorė Alvydė Palaimaitė.

Konferencija skirta marketingo, komunikacijos, pardavimų, viešųjų ryšių specialistams ir vadovams, reklamos ir komunikacijos agentūrų atstovams, marketingo konsultantams, laisvai samdomiems specialistams, įmonių vadovams ir visiems, kuriems įdomu, kokios yra šiuolaikinio marketingo tendencijos, strategijos ir perspektyvos.

„Marketingo ir verslo procesai nuolatos evoliucionuoja – automatizavimas, duomenų integravimas, dirbtinio intelekto pritaikymas ir bendradarbiavimas realiuoju laiku yra tos sritys, kurios reikšmingai didina marketingo efektyvumą, skatina inovacijas, gerina klientų patirtį, stiprina partnerystes. Džiaugiamės, kad Lietuvos marketingistai rodo ypatingą susidomėjimą naujausiomis technologijomis ir būdais, kaip pagerinti marketingo rezultatus“, – komentuoja konferencijos partnerio „LeverUP“ verslo plėtros atstovas Dorijan Selman.

**Kviestiniai svečiai iš užsienio ir Lietuvos ekspertai**

Kokias naujausias marketingo tendencijas atneša mutacijos verslo aplinkoje ir kaip įgauti imunitetą pokyčiams, konferencijoje „LiMA DAY Lietuva“ pasidalins net 15 ekspertų iš Lietuvos ir užsienio.

Konferenciją atidarys „BPN Intense“ vadovas, LiMA valdybos narys Linas Šiautkulis, kuris atskleis 15-ą ryškiausių marketingo transformacijų, laukiančių 2024 metais. Metų CMO’23, sertifikuota marketingo profesionalė (SMP) Giedrė Vilkė pasidalins įžvalgomis apie e-komercijos ir apsipirkimo patirties pokyčius praeityje, dabartyje ir ateityje.

Konferencijoje pranešimus skaitys ir du kviestiniai ekspertai iš užsienio. „Banda“ kūrybos direktorius ir partneris Maxim Boritko iš Ukrainos pasidalins įžvalgomis apie greitą kūrybiškumą ir patirtimi kuriant pasaulinę kampaniją „Be Brave Like Ukraine“. Specialiai į konferenciją iš Didžiosios Britanijos atvykstantis „JCDecaux“ tarptautinio marketingo vadovas Jim Dorès pranešimo metu patars, kaip efektyviai pasiekti ir paveikti Z kartos atstovus.

„Caption“ ir „Venudu.lt“ vadovas Karolis Rimkus supažindins, kokios socialinių tinklų tendencijos laukia kitąmet, o į ką mutuos dirbtinis intelektas atskleis ISM Digital LAB vadovas Gediminas Buivydas. „Delfi“ vyriausioji redaktorė Rasa Lukaitytė-Vnarauskienė pasidalins įžvalgomis apie kintantį auditorijos santykį su informacija ir žiniasklaidos turinio mutacijas.

„AdDrama by Mediapark“ asocijuota partnerė Laura Domarkė kalbės apie tai, kaip dirbtinis intelektas paveiks marketingo agentūrų ir klientų tarpusavio santykius, dinamiką ir lūkesčius, o LRT marketingo skyriaus vadovas Mantas Velykis kalbės apie savikritišką požiūrį į darbo poziciją ir profesinius pokyčius.

VU GMC Biomokslų instituto direktorė, profesorė Eglė Lastauskienė pasidalins, ko iš mutacijų gamtoje gali pasimokyti žmogus ir verslas.

„Soma Agency“ ir „Havas Creative“ vadovas Arijus Žakas bandys atsakyti į klausimą, kas laimės kovą tarp efektyvumo ir kūrybiškumo, o „Choco Agency“ partneris Tomas Nemura pristatys, kas naujo vyksta kūrėjų ekonomikoje.

„Autoriai“ įkūrėja Giedrė Ona Šileikytė ir Lietuvos audiosensorinės bibliotekos (LAB) vyresnioji specialistė Ugnė Žilytė paskatins prekių ženklus kurti reklamines kampanijas, kurios būtų prieinamos visiems. Konferenciją uždarys Lietuvos reklamos kūrėjas Tomas Ramanauskas, kuris kalbės apie visuomenės narių supanašėjimą ir tapimą vidutinybėmis bei kaip tokiame kontekste galima išsiskirti.

Pasak A. Palaimaitės, per 14 metų konferencija „LiMA DAY Lietuva“ tapo tikra Metų marketingo švente, kai į konferenciją Vilniuje atvyksta marketingo komandos iš visos Lietuvos.

**Apie Lietuvos marketingo asociaciją**

Konferenciją organizuoja Lietuvos marketingo asociacija, sukaupusi daugiau nei devyniolikos metų veiklos patirtį, vienijanti daugiau nei 1400 narių bendruomenę ir siekianti stiprinti marketingo profesiją šalyje. Konferencija „LiMA DAY LIETUVA’23: MUTACIJOS“ vyks lapkričio 29 dieną LITEXPO parodų ir kongresų centre ir internetu.

Daugiau informacijos ir registracija čia: <https://limaday.lt/>

**Daugiau informacijos:**

Simona Survilaitė

+370 685 25281

[simona.s@coagency.lt](mailto:simona.s@coagency.lt)