**Turinio marketingo tendencijos jubiliejinėje „LiMA DAY’24“ konferencijoje**

**Jau šių metų gegužės 17 d. Klaipėdoje ir internetu vyks Lietuvos marketingo asociacijos (LiMA) organizuojama konferencija „LiMA DAY’24: TURINIO MARKETINGAS“. Marketingo profesionalai papasakos, kaip prekių ženklams atkreipti auditorijos dėmesį ir kurti įtraukų turinį soc. tinkluose, kokie efektyviausi formatai yra šiuo metu kokius rodiklius stebėti matuojant komunikacijos sėkmę ir dar daugiau.**

„Įtraukiantis turinys skatina didesnį prekės ženklo žinomumą, padeda kurti glaudesnį ryšį su klientais, stiprina lojalumą ir atneša geresnius verslo rezultatus, todėl šiais metais konferenciją dedikuojame turinio marketingo temai“, – dalyvauti kviečia LiMA direktorė Alvydė Palaimaitė.

Konferenciją atidarys „Lighthouse Neuromarketing Lab“ bendraįkūrėja bei LiMA Klaipėdos skyriaus tarybos pirmininkė Indrė Razdauskaitė-Venskė, pasakodama, kaip pažinti vartotojus AI(liet. DI) amžiuje. Į klausimą, kaip tapti *trendsetter’iu* bei iš kur semtis įkvėpimo, atsakys „Truth“projektų vadovė Vaiva Savickė. „Swedbank Lietuva“ socialinių tinklų ekspertas Tomas Šilingis papasakos, kaip kurti įtraukų turinį *Instagram’e*. „Superyou“ agentūros vadovai Mindaugas Lataitis ir Gintarė Surgutanovienė atsakys, ar influenceriai yra augantis, ar mirštantis kanalas.

Klaipėdos jaunimo teatro marketingo vadovė Toma Liutikė papasakos, kaip per *storytelling’ą* parduoti produktą, kurio dar nėra. Aidas Petrošius, „Mediaskopas“ verslo plėtros vadovas paaiškins, kaip išmatuoti turinio rinkodaros kokybę bei vertę. Saulius Balčiūnas atsakys į klausimą, kaip kurti įtraukiantį video turinį socialiniuose tinkluose, o „Workland Lietuva“ vadovė Laura Panovienė aptars „Workland“ *podcast’o* atvejį bei atsakys, kodėl pirma reikia sakyti „taip“, o tik po to „kaip“.

„Repsense“ pardavimų vadovas Robertas Danielianas papasakos, kokie naratyvai komunikacijoje daro didžiausią įtaką įmonės reputacijai, o Giedrė Vainauskienė, „UGC Europe“ bendraįkūrėja supažindins, kokia yra UGC(User-Generated Content; liet. kliento kuriamas turinys)turinio svarba ir nauda turinio marketinge. „Hersus“ direktorė ir LiMA Vilniaus skyriaus tarybos pirmininkė Delija Milašiūtė atskleis, koks yra sėkmingų kūrybinių partnerysčių receptas.

Temą „The BABY BOSS: tik filmas ar nauja realybė?“ pristatys prekės ženklo „Kakė Makė“ vadovė Sandra Kalėdienė. „Why AI“ analitikas Rokas Stankevičius papasakos apie automatizacijos sistemas, kurios padeda optimizuoti įvairias užduotis turinio rinkodaros srityje. „LiMA DAY’24: TURINIO MARKETINGAS“ konferenciją uždarys „Comms on duty“ įkūrėja Laura Dabulytė, atsakydama, kaip pasiekti norimą vartotoją, kaip sutaupyti, tačiau vis vien būti matomu bei koks turinys yra laikomas sėkmingu.

Konferencija „LiMA DAY’24: TURINIO MARKETINGAS“ vyks gegužės 17 d. gyvai Klaipėdos kultūros fabrike ir internetu: <https://klaipeda.limaday.lt/>

Konferenciją organizuoja Lietuvos marketingo asociacija (LiMA), sukaupusi daugiau nei devyniolikos metų veiklos patirtį, vienijanti daugiau nei 1400 narių bendruomenę ir siekianti stiprinti marketingo profesiją šalyje.

**Daugiau informacijos:**

Alvydė Palaimaitė

+370 671 86223

[alvyde.palaimaite@lima.lt](mailto:alvyde.palaimaite@lima.lt)