

**„LiMA DAY’24“ Kaune: kaip duomenys keičia marketingo žaidimo taisykles šiandien**

**Rugsėjo 27 dieną gyvai Kaune ir internetu vyks Lietuvos marketingo asociacijos (LiMA) organizuojama konferencija „LiMA DAY’24: DATA-DRIVEN MARKETING“. Visos dienos konferencijoje bus kalbama apie tai, kaip dar efektyviau taikyti duomenimis grįstą marketingo strategiją, pasitelkti dirbtinį intelektą bei naujausius įrankius, skirtus rinkti ir analizuoti duomenis.**

„Ši konferencija itin aktuali šiandieninėje rinkoje, kur duomenų valdymas ir analizė tampa esminiais konkurencijos veiksniais. Tobulėjant įrankiams, dirbtinio intelekto modeliams, pažangioms bibliotekoms ir analitikos akseleratoriams, įmonės gali greičiau ir tiksliau apdoroti duomenis, gauti detalesnes įžvalgas, prognozuoti rinkos pokyčius ir priimti duomenimis pagrįstus sprendimus. Pasitelkdami geriausias praktikas ir pažangiausius įrankius, „TeleSofte” padedame savo klientams maksimaliai išnaudoti duomenų galimybes, pasiruošti ateities iššūkiams ir išlaikyti konkurencinį pranašumą savo industrijoje”, – sako Žydrė Kūnaitė, „TeleSoftas” partnerė, verslo padalinio vadovė.

Savo ruožtu LiMA direktorė Alvydė Palaimaitė pažymi, kad duomenys jau seniai transformavo marketingą iš kūrybinio proceso į mokslinį.

„Šiandien duomenimis grįstas marketingas tampa dar išmanesnis, įtraukiantis didžiuosius duomeis, dirbtinį intelektą, hiperpersonifikavimą ir inovatyvų požiūrį į vartotojo patirtį. Konferencijos metu bus nagrinėjama, kaip šias naujoves pasitelkti kuriant efektyvias marketingo strategijas bei kaip užmegzti gilesnius ryšius su klientais“, – sako A. Palaimaitė.

**Konferencijoje – praktikų patarimai**

Konferencijos metu net 14 pranešėjų – marketingo, verslo bei duomenų analitikos ir tyrimų profesionalų – dalinsis savo įžvalgomis ir patarimais. Konferenciją atidarys e-komercijos ekspertė, „Metų CMO'23”, sertifikuota marketingo profesionalė (SMP) Giedrė Vilkė su pranešimu apie tai, kaip teisingai interpretuoti duomenis remiantis strateginiais tikslais. „Telesoftas” duomenų mokslininkas Martynas Venckus plačiau papasakos apie duomenų platformų architektūrą veiksmingai skaitmeninei rinkodarai. Duomenų analizės bendrovės

„Repsence” bendraįkūrėjas ir vadovas Mykolas Katkus pažvelgs plačiau ir kalbės apie tai, kaip strateguoti, bendrauti bei kurti naujoje duomenų eroje.

Apie prekių ženklų vertės matavimą ir jo įtaką prekių ženklų pokyčiams kalbės „The Critical” dizaino strategas, tarptautinės dizaino tarybos ico-D viceprezidentas Jonas Liugaila, o „MindShare Lithuania” klientų aptarnavimo vadovas Dalius Dulevičius atkreips dėmesį į mažesnius prekės ženklus ir atskleis, kaip efektyviai konkuruoti su didesniais rinkos dalyviais turint mažą biudžetą bei kurie efektyvios reklamos elementai yra svarbiausi. Kokie rodikliai būtini, kad nuspręstumėte, kaip paskirstyti biudžetus kanalams, kampanijoms ir auditorijoms, atsakys sertifikuotas marketingo profesionalas (SMP) „Evolvery” partneris ir „Unconditional Agency” įkūrėjas Radvilas Šeputis.

Į teisinius aspektus, susijusius su vartotojų duomenų rinkimu ir naudojimu marketinge dėmesį atkreips „Nord Security” marketingo ir duomenų apsaugos teisės komandos vadovė Eglė Bakštytė, o apie duomenų naudojimą B2B marketinge kalbės agentūros „We Are Marketing” partneris Julius Kaknevičius.

Apie dirbtinai sukurtus sintetinius duomenis ir kaip jie gali padėti priimti autentiškus sprendimus papasakos „Synthesis Consulting Group“ duomenų verslo plėtros vadovė Justina Vaikutytė-Paškauskė. Dirbtinio intelekto temą palies „aigen.lt”, „mikulskis.lt” ir „secretthirteen.org” įkūrėjas, skaitmeninio marketingo ekspertas Justinas Mikulskis ir parodys, kaip DI pagalba personalizuoti turinį, optimizuoti reklamas ir pagerinti vartotojo patirtį.

„Whatabout agency” vadovas Mantvydas Leknickas aptars, kas yra kūrybiškumas duomenimis grįstame amžiuje, o porsonalizaciją, kaip stipriausią konkurencingumo bruožą, išskiriantis „Dentsu” strategijų vadovas Aivaras Maceina atskleis, kas yra hiperpersonalizacija bei kaip įgalinti duomenis, norint tinkamai ją taikyti marketinge.

Kodėl siekis didinti apyvartą per prekių kategoriją gali įstumti verslą į kampą bei kada nuolaidų kortelė kuria lojalumo įliuziją, atsakys „NFQ Technologies” daugiakanalės prekybos inovacijų vadovas Jurgis Gylys. Konferenciją vainikuos „Nord Security” tarptautinių ryšių su visuomene vadovės Lauros Tyrylytės pranešimas apie vidinius organizacijos duomenis, į kuriuos kartais neatkreipiame dėmesio, bet kurie gali padėti atrasti efektyvesnės komunikacijos priemones ir bendrauti su tikslinėmis auditorijomis įrodymais grįsta kalba.

Konferencija „LiMA DAY’24: DATA-DRIVEN MARKETING“ vyks rugsėjo 27 dieną „Verslo lyderių centre BLC“ Kaune ir internetu.

Daugiau informacijos ir registracija: https://kaunas.limaday.lt/

**Apie Lietuvos marketingo asociaciją**

Konferenciją organizuoja Lietuvos marketingo asociacija, sukaupusi daugiau nei devyniolikos metų veiklos patirtį, vienijanti daugiau nei 1300 narių bendruomenę ir siekianti stiprinti marketingo profesiją šalyje.

**Daugiau informacijos**

Livija Kišūnaitė

+37069656667

komunikacija@lima.lt